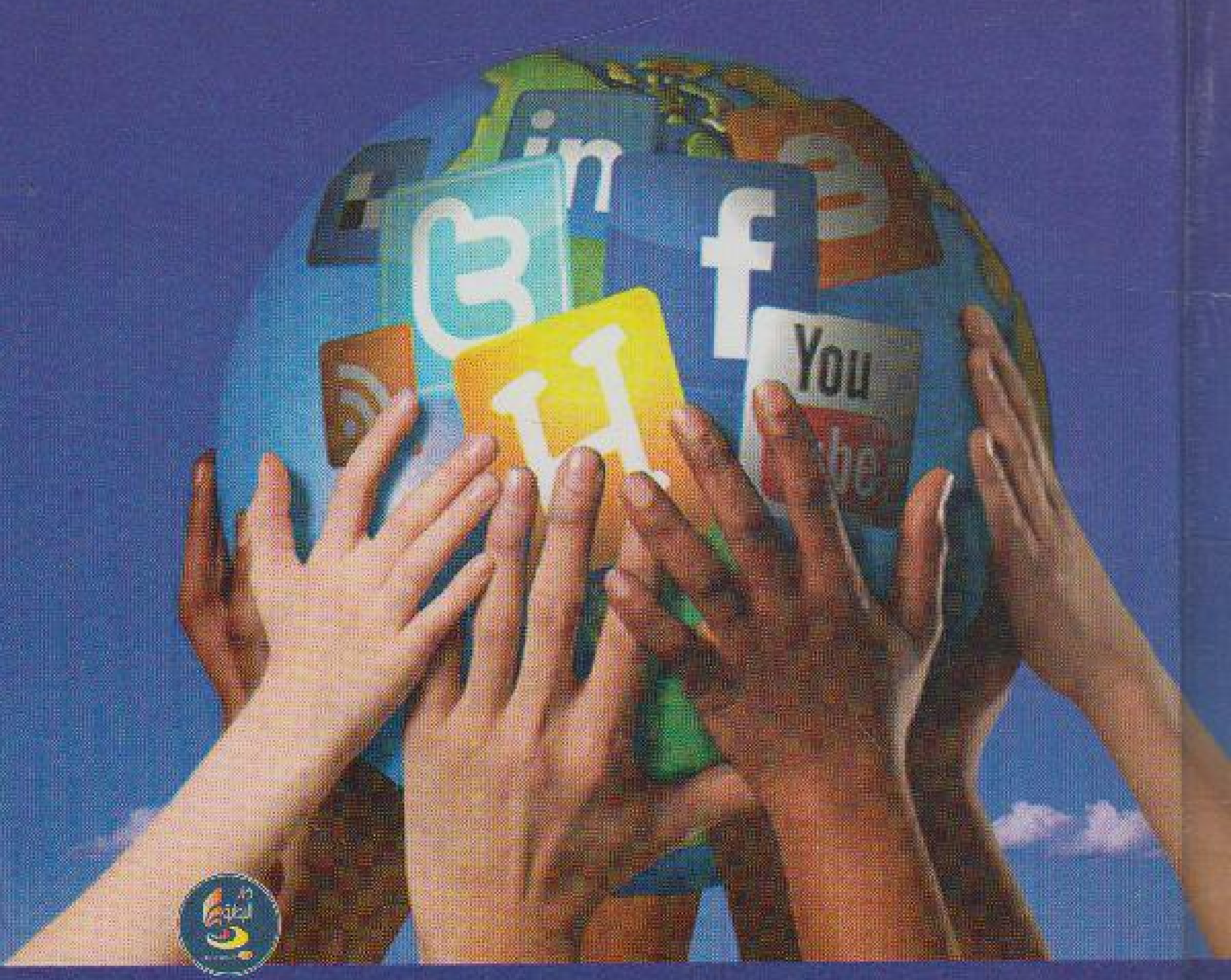
الاستاذ الدكتور
ياس خضير البياتي

الإعلام الجديد

الدولة الافتراضية الجديدة



دار البداية ناشرون وموزعون

قال تعالى: ﴿اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ، خَلَقَ الإِنسَانَ مِنْ عَلَقٍ، اقْرَأْ وَرَبُّكَ الأَكْرَمُ، الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ،عَلَّمَ الإِنسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ﴾

صدق الله العظيم

سورة العلق – سورة 96

الإعلام الجديد
الدولة الافتراضية الجديدة

البرفسور

ياس خضير البياتي

كلية الإعلام / جامعة بغداد

وكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلوم الانسانية

جامعة عجمان – مقر الفجيرة (حالياً) - الإمارات العربية المتحدة

الطبعة الأولى

2014م – 1435 هـ



دار البداية ناشرون وموزعون

المملكة الأردنية الهاشمية
رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية (2013/9/3407)

302.23
البياتي، ياس خضير
الإعلام الجديد، الدولة الافتراضية الجديدة/ ياس خضير البياتي، عمان: دار البداية ناشرون وموزعون، 2013
( ) ص.
ر.إ.: 2013/9/3407
الواصفات: /الإعلام// وسائل الاتصال الجماهيري/

* يتحمل المؤلف كامل المسؤولية القانونية عن محتوى مصنفه ولا يعبر هذا المصنف عن رأي دائرة المكتبة الوطنية أو أي جهة حكومية أخرى.



الطبعة الأولى

2014م/ 1435هـ



دار البداية ناشرون وموزعون

عمان - وسط البلد - تلفاكس: 4640679 6 962+
ص.ب 184246 عمان 11118 الأردن
info.daralbedayah@yahoo.com

خبراء الكتاب الأكاديمي

ISBN: 978-9957-82-310-9 (ردمك)

استناداً إلى قرار مجلس الإفتاء رقم 2001/3 بتحريم نسخ الكتب وبيعها دون إذن المؤلف والناشر.

وعملاً بالأحكام العامة لحماية حقوق الملكية الفكرية فإنه لا يسمح بإعادة إصدار هذا الكتاب أو تخزينه في نطاق استعادة المعلومات أو استنساخه بأي شكل من الأشكال دون إذن خطي مسبق من الناشر.

الفهرس

الموضوع	الصفحة

الموضوع	الصفحة

الموضوع	الصفحة

الموضوع	الصفحة

المقدمة،،،

يعد الإعلام الجديد نقلة نوعية في عالم الاتصالات، جاء بحلول ضخمة يسمح للجميع دون استثناء بالمشاركة وطرح القضايا ومناقشتها وتحليلها بكل حرية، كما ساهم بقوة في رفع منسوب الوعي لدى الشعوب، وأسقط حاجز الخوف بين الشعوب تجاه الأنظمة وصارت الرقابة خارج السيطرة، وفتح عوالم كانت مغلقة، وهدم أسواراً كانت عصية لاختراقها، وفجر ثورات لم تكن على ذاكرة البشر وأحلامهم، وأسس امبروطورية تخاف الدول من أعاصيرها المعلوماتية، وشبكاتها الاجتماعية التي أفرزت قيما جديدة لعل أهمها بالمطلق القبول بالآخر في تنوعه واختلافه وتباينه.

وبدون شك فقد أعاد الإعلام الجديد الذي غزا العالم اليوم تشكيل هوية جديدة لعلوم الاتصال بل أعاد تشكيل نظريات اتصال جديدة بما يحمله من مميزات وأساليب وأدوات عرض وتقنية ومعالجة وسرعة ودقة في الاداء، كما قلب مفهوم جمهور الإعلام من مستقبل ومتلقي إلى صانع ومتلقي في الوقت نفسه ومن يتأثر إلى أن يؤثر برأيه ويحرك ويغير.

ولا ندري على وجه الدقة كيف ستنتهي هذه الثورة المعلوماتية، كما كان العالم القديم يجهل ما كان يعنيه اكتشاف الطاقة النووية، وكانت الآراء أن العالم اكتشف وسيلة لتوليد الطاقة وتحريك المعامل لما فيه خير البشرية ليكتشف لاحقاً أنه فتح باب الحروب التدميرية الهائلة لتدمير العالم واشاعة الخوف والقلق وإرهاب العباد والدول ضمن الحروب النفسية، مثلما لا نستطيع اليوم أن نقرر بالتحديد مستقبل البشرية في هذا الكم الهائل والمفزع للمعلومات التي تتدفق في قنوات الإعلام الجديد، والفوضى للأفكار والمعلومات التي تزيد من القلق والاحباط واليأس للبشرية.

ولكن بالمقابل فإن الإعلام الجديد الذي صنعته الثورة التقنية له محاسنه ومساوئه، فهو وسيط لنقل الثقافات وتبادل الأفكار وتقويمها وساحة للتحاور والنقاش ووسيلة عرض وتسويق لإنتاجات المبدعين وميدان لإجراء البحوث والدراسات واتجاهات الرأي، مثلما هو أيضاً وسيط لنشر الأفكار الخاطئة ووسيلة لنشر الإشاعات والتحريض والتشهير.

إن الإعلام الجديد والذي يطلق عليه البعض بأنه (ديمقراطية المُهَمّشين) سنشهد صعوده بوتيرة متسارعة في ما هو قادم من الأيام، ليس فيه لاعبون ومشاهدون، بل الكل فيه لاعبون، سواء كانوا محترفين أم هواة، وسواء كانوا من الصفوة أو المهمشين، إعلام يقوم بكل الأدوار المتوقعة وغير المتوقعة، لا توجد موانع تحده أو سقف يحول دون صعوده، مثلما لا يتطلب أموالاً كثيرة أو تقنية عالية.

وبدون شك فأن المشهد العام لهذا الإعصار الجديد ينبأ بمتغيرات خطيرة، إيجابية وسلبية، لإن الإعلام الجديد أسس له دولة إفتراضية جديدة بلغت بلايين من البشر يختفون وراء الشبكات الاجتماعية، فقد من سجل 'فيسبوك' ارتفاعاً ملحوظاً ووصل الى 1.11 مليار مستخدم نشط شهرياً في عدد مستخدميه عام 2013.

ويكفي القول إن موقع 'فيسبوك' للتواصل الاجتماعي دخل في منافسة حقيقة مع كل من الصين والهند، ليحتل لقب ثالث أكبر دولة في العالم، بعد أن أعلن تجاوز عدد مستخدميه حاجز 1.15 مليار مستخدم نشط شهرياً، في ظل توقعات أن يحطم الموقع الرقم القياسي في استقطاب حوالي 1.5 مليار مستخدم نشط قبل نهاية العام 2013، ليتفوق على الصين الأكبر تعداداً، والتي يبلغ تعداد سكانها 1.3 مليار نسمة، والهند التي يبلغ عدد سكانها 1.2 مليار نسمة.

وجاءت الإمارات في المرتبة 46 على قائمة الدول الأكثر استخداماً للموقع، إذ بلغ عدد مستخدمي الموقع 5.85 ملايين من أصل 8.2 ملايين نسمة، واحتفظت الولايات المتحدة بنصيب الأسد على قائمة الدول الأكثر استخداماً للموقع، بواقع 245 مليون مستخدم من أصل 313 مليون نسمة، تليها الهند 137 مليون نسمة والبرازيل 88 مليوناً وإندونيسيا 55 مليوناً.

كما أن هذه الدولة الفتية المرعبة التي لها أكثر من 2 بليون مستخدم للانترنت على مستوى العالم، و7بليون مشترك بالمواتف الجوالة، و55 مليون موقع، وأكثر من 202 بليون مشاهد، وترليون مشاهد على اليوتيب، و100 بليون صورة مرفوعة على (فلكر)، و100 مليون مشترك في الغوغل، و225 مليون حساب على التويتر، ستصبح القوة الجبارة والرادعة لمن يريد أن يغرد خارج سرب هذه الدولة التي ما زالت في بدايتها!.

إن التوسع الكبير للشبكات والمواقع سيؤدي في المستقبل إلى تكوين قارة افتراضية تجمع جمهوريات عديدة كالفيسبوك والتويتر، لأن ما نراه اليوم يبدو خيالياً، حيث ظهور مدونة جديدة كل 1.4 ثانية بمعنى 84 مدونة في الدقيقة يومياً، و121 ألف مدونة متنوعة في مختلف المجالات، و48 ساعة فيديو يتم رفعها إلى موقع اليوتيوب كل دقيقة، وهذا يعني أننا لو أردنا مشاهدة جميع المقاطع التي رفعت خلال يوم واحد فسنحتاج 8 سنوات من المشاهدة المتواصلة.

إن هذا (الرئيس الجديد) الذي يفتخر بأن له قاعدة جماهيرية من كل الأجناس والقوميات والطوائف واللغات والأديان قادر أن يغير الأنظمة والأمزجة والقيم والهويات الوطنية، ويشعل فتيل الثورات، وأن يقلع جذور الاستبداد والقهر في الأوطان، ويشكل له منظومة افتراضية بديلة للنظم التقليدية المتهرئة، فيوسع باب

الحريات والأفكار والإجتهادات، ويغلق منافذ الدكتاتوريات والقمع، ويوحد العالم في شبكة عنكبوتية لا تقهر، ويؤسس للآخرين شعار المستقبل (تغير أو اندثر).

وقد آن الأوان لتوظف الدول العربية هذه الثورة الرقمية لخدمة شعوبها، على مستوى التعليم ونشر المعلومة والمعرفة، وتعميق التبادل والحوار، لا أن تتخذ منها عدواً ونقيضاً يستوجب محاربته والتضييق عليه، أو استخدامه للتجسس على حيميات الأفراد والجماعات.

وباختصار شديد، بدون يقظة العرب، واستيعابهم لمتطلبات ثورة الإعلام والمعلومات، وتقليص فجوة التقنية، والمشاركة في صناعة المعلومة، وتعميق الديمقراطية في الحياة، وتطوير التعليم وتفعيله، ومصارحة الذات ونقدها، وتوعية الشباب وتبصيرهم بأهمية العلم، يبقى الخطر قائماً، بانتظار ما يفعله العرب في مواجهة تحديات العصر الرقمي.

ولهذا فأن الكتاب يهدف حسب أبواب محتوياته إلى:

الباب الأول، إيقاظ العقل العربي، وتحريره من قيود النمطيّة والتخلف واللامبالاة اتجاه ما يحدث من ثورات رقمية في مجتمعات المعلومات، مقابل مجتمعات ورقيّة ما زالت في حالة اندهاش من تقنيات الآخر، وثوراته المعلوماتيّة، وهو اندهاش يمنعها من التفاعل مع العصر وثوراته، ويجعلها مجرد مستهلكة وخاملة، لأن الصراع المستقبلي سيكون موجها للسيطرة على تقنيات الاتصال، والبقاء للأصلح لمن يهيّمن على هذه التقنيات، ويستوعب منطق العولمة وأدواتها ومضامينها وأسرارها المبطنة.

الباب الثاني، تحليل واستقراء للإعلام الجديد، ومنظوماته الفكرية والإعلامية، وتأثيراته العميقة في حياة البشر، لأن العالم يتحول إلى شبكة هائلة تشبه

الجهاز العصبي في جسم الإنسان الذي ترتبط كل أجزائه ببعضها البعض ارتباطاً وثيقاً، وهذا الباب يحاول الاعتماد على (علم المستقبليات)، لإن الثورة الرقمية فرضت ضرورة إمعان النظر في الآني، والبحث عن مكان لائق في المستقبل، حيث تعد (المستقبليات) جوهر رؤية أي مجتمع يسعى للتطور والتقدم، ولهذا نحاول هنا ان نحلل الحاضر ونستقرئ المستقبل من خلال أكثر من تساؤل:

1. هل هناك مبالغة في دور الإعلام الجديد في تشكيل الرأي العام، وتفجير الثورات العربية؟.
2. ما هي مقاربات التعايش والاختلاف بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد.
3. هل التقنيات الحديثة تؤدي أحياناً إلى التفكك والانعزال، وأحياناً تحقق التقارب والتفاعل والتواصل، لأنها عبارة عن تغير اجتماعي واعٍ، وأين موقع العرب في مجتمع المعلومات؟.
4. هل المنطقة العربية ستشهد المزيد من الانفتاح على الحريات، أم إنها ستشهد (فوضى خلاقة) تنتشر في جميع المدن العربية بدون استثناء؟.
5. هل الرهان الاكبر والأساسي هو على الإعلام البديل الذي من الممكن أن نطلق عليه أنه إعلام الفقراء والمهمشين والإعلام المتحرر الذي جلب له الملايين، وحيث يعبر فيه المواطن من خلاله بحرية دون المرور بمقص الرقيب؟
6. ما الذي ينتظره العرب من مستقبل في عصر (توسونامي) الشبكة العنكبوتية وشبكات التواصل الاجتماعي، هل المقبل من الايام يشهد سقوط المزيد من الحكومات المستبدة والقمعيّة والسلطوية؟

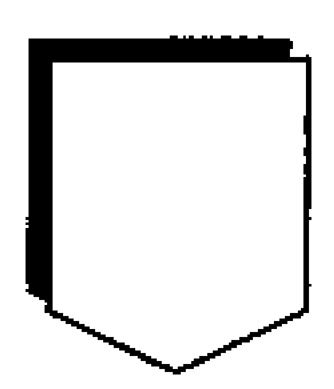
وأخيراً فإن هذا الكتاب هو حصيلة تجربة متنوعة، بدأت في أروقة الجامعة من خلال تدريسي لعدد من المساقات الدراسية التي تتناول الإعلام الجديد، وبالذات الإعلام الرقمي، ومروراً بأشتراكي في معظم الندوات والمؤتمرات المحلية والعربية والدولية التي تناولت هذا الموضوع بالتحليل والاستقراء، وآخرها ملتقى الفجيرة الإعلامي الثالث (الإعلام الجديد والعالم المتغير) للفترة من 17- 18أبريل 2012 الذي نظمته هيئة الفجيرة للثقافة والإعلام بالتعاون مع شبكة جامعة عجمان بالفجيرة، إضافة الى تجربة الكتابة في صحيفة الخليج الإماراتية ونشرها لسلسلة من مقالاتي عن الإعلام الجديد بصفحات كاملة ولعدة أشهر، وانتهاءً بتوسونامي الثورات العربية التي فجرت في ذاتي براكين المعرفة والرغبات للكشف عن ما يحمله هذا الإعصار الجديد القادم من العالم الافتراضي.

وبأختصار، فأن الكتاب محاولة علميّة، لا يكتفي بالوصف المجرد وإنما يعتمد التحليل والأستقراء في توصيف ظاهرة الإعلام الجديد، ويقوم على فكرة المستقبليات في التنبؤ لما سيحدث في الأيام المقبلة، وهو جرس إنذار لجميع العرب للاستفادة من العصر وثوراته المعلوماتيّة، وتجارب الدول المتقدمة في صناعة المعلومات وإدارة الأزمات الإعلاميّة، مثلما هو كتاب يقدم ثقافة إعلامية رقمية معاصرة للباحثين والقراء وطلبة الإعلام على حد سواء.

والله ولي التوفيق،،،،،،،

المؤلف

الباب الأول



عصر المجتمعات الرقمية

(بينما كان الناس يفكرون في الاحتماليات كنت افكر في المستحيلات)

أنشتاين

الفصل الأول

الاتصال من الإشارات إلى عصر الاختراعات الرقمية

مقدمة عامة،،،

تسم بعض علماء الاجتماع المراحل التي مرت بها الإنسانية على أساس حركة المجتمعات وتطورها على مر الأزمنة والعصور، فوسموا المرحلة التي اهتدى فيها إنسان الشرق الأدنى القديم منذ آلاف السنين بالعصر الزراعي أو عصر الثورة الزراعية، وذلك عندما اهتدى ذلك الإنسان إلى زراعة الحبوب وغراسة الأشجار وتدجين الحيوانات، واستمر هذا العصر إلى حدود حوالي منتصف القرن الثامن عشر حيث انطلق العصر الصناعي أو عصر الثورة الصناعية، فاخترع الآلة البخارية والقطار والكهرباء والهاتف والسيارة والطائرة وغيرها من الاختراعات والاكتشافات الهامة.

لقد استمر العصر الصناعي حوالي قرنين من الزمن ثم ظهر عصر تكنولوجيا المعلومات والاتصال أو عصر ثورة المعلومات أو عصر الثورة المعلوماتية أو عصر الثورة الرقمية في النصف الثاني من القرن العشرين، فحول مركز الثقل من المصنع إلى الحاسوب بعد أن حول العصر الصناعي الحقل إلى المصنع، واستلم القيادة من الآلة في المصانع ليسلمها إلى النظم المعلوماتية والإلكترونية المنتشرة في كل مكان والمستخدمة من قبل مختلف الشرائح، وأصبحت المعلومة المادة الأولية المستديمة التي لا تنضب على عكس العصر الصناعي الذي يستخدم مواد أولية محدودة الاستغلال في المكان والزمان، وكان أن فرض عصر المعلومات تغيراً جذرياً على الإنسان في طرق عمله وأنماط تفكيره وأساليب عيشه ونظم تعلمه وسائر علاقاته وعاداته وتقاليده.

تاريخياً، بدأت الحياة تدب في أوصال أوروبا في القرنين الرابع عشر والخامس عشر، حيث شهدت تلك المرحلة اختراع المطبعة، فبدأ عصر الاتصال الجماهيري (أو عصر المطبعة كما يسميه البعض)، وقد جاء هذا العصر في اعقاب حقبتين معروفتين في تاريخ الاتصال: الأولى الحقبة الشفوية التي امتدت عبر آلاف السنين، واعتمد فيها الإنسان الذاكرة مرجعاً وسنداً ومخزناً للمعرفة، وتوّجت في مرحلة منها باختراع الأبجدية على أيدي الكنعانيين

والفينيقيين، ومع تدوين الكتب الحضارة الاغريقية، بدأت الحقبة الثانية مع مشارف ميلاد المسيح، وشهد عصر الكتابة إنجازات علميّة وقيام حضارات قوية كالحضارة العربية. [1]

ومع بداية القرن السادس عشر كانت المطابع ذات الحروف المتحركة تطبع آلاف النسخ من الكتب المطبوعة على الورق بكافة اللغات الأوروبية، كما تطورت في القارة الأوروبية وفي إنكلترا والعالم الجديد الصيغ والأفكار الأساسية للصحيفة، كما تأسست صحافة المستعمرات، ثم ولدت بعد ذلك أول وسيلة جماهيرية حقيقية في منتصف ثلاثينات القرن التاسع عشر في مدينة نيويورك، إذ استطاعت هذه الصحافة الجماهيرية أن تحقق نجاحاً كبيراً من حيث الانتشار بسبب تقنيات الطباعة السريعة.

ومع نهاية القرن التاسع عشر اتضح لرواد العلوم الاجتماعية أن وسائل الاتصال الجماهيرية الجديدة (الصحف والكتب والمجلات) التي اتسع استخدامها في المجتمع أخذت تأثر في حياة الفرد والمجتمع من الناحية الاجتماعية والنفسية.

ويرى هورتن كولي Cooley.H.C عام 1909 بأن هناك أربع عوامل تجعل الوسائل الجديدة أكثر فعالية من العمليات الاتصالية في المجتمعات الأقدم وهي:

1. التعبيرية Expressiveness فهي تحمل مجموعة واسعة من الافكار والمشاعر.
2. تدوين الوثائق والسجلات أو التغلب على الزمن.
3. السرعة Swiftness والتغلب على المسافة.
4. الانتشار Diffusion للوصول إلى كافة الطبقات. [2]

كما بدأت مرحلة جديدة في منتصف القرن التاسع عشر واستمرت حتى أوائل التسعينات من القرن العشرين لتجارب واكتشافات واختراعات في الاتصال السلكي واللاسلكي، وقد ظهر التلغراف، التلفون، الفوتوغراف ثم التصويرالفوتوغرافي، فالراديو، فالفيلم السينمائي، ثم التلفزيون، ويظهر التلكس بعد ذلك، وتبدأ أنظمة الاتصال عبر القارات متمثلة في الكابل البحري، ثم الأقمار الصناعية، ويظهر التلفزيون السلكي والإرسال التلفزيوني المستعين بالأقمار الصناعية، وظهور الفيديو كاسيت والفيديو ديسك والفاكسيميل والأسطوانة المدمجة، كما ظهر في هذه المرحلة الجيل الأول من الحاسبات

الإلكترونية ليحدث تطوراً في صناعة الصحافة. كذلك أدى امتزاج الحاسبات الإلكترونية للاتصالات السلكية واللاسلكية إلى ظهور شبكات المعلومات المحلية والدولية، ويشير توفلر بأن (الاقتصاد الذي يعتمد على المعرفة لم تعد له أهم قضية سياسية داخلية هي قضية توزيع أوإعادة توزيع الثروة، وإنما توزيع المعلومات ووسائل الإعلام التي تنتجها)[3] وفي أواخر الأربعينات وبداية الخمسينات اتسع مجال الأتصال اتساعاً كبيراً، وأثناء تلك السنوات بدأ عدد من علماء الاجتماع والسلوكيين في تطوير نظريات للاتصال امتدت في آفاق أبعد من حدود مجالات تخصصاتهم، وكان النمو والتطور في الصحافة والتلفزيون والإذاعة، حيث اهتمت بالتركيز على طبيعة وتأثير الوسائل الجماهيرية.

ويعد ميدان تكنولوجيا الاتصال والمعلومات من أكثر الميادين تسارعاً في التطور، فقد أدى ربط وسائل الاتصال مع وسائل معالجة المعلومات إلى خلق نظام اتصالي مبني على ترابط بين تكنولوجيا الاتصال وتكنولوجيا المعلومات مما ساهم في إطلاق ثورة إعلامية ومعلوماتية أبرزت إمكانيات عالية في تواصل مع الجمهور وسرعة غير مسبوقة في إيصال الرسائل إلى أي مكان في العالم.

وليس هناك تعريف محدد لعبارة (تكنولوجيا الاتصال الحديثة) رغم ذيوع استخدامها، غير أن مدلولها أصبح ينصب على الوسائل الإلكترونية المستخدمة في الإنتاج والتسجيل الكهرومغنطيسي (الكاسيت الصوتي والفيديو) وأسطوانات الليزر، والبث الإذاعي والتلفزيوني، الذي تُرّج باستخدام الشبكات الفضائية، وشبكات الميكروويف المعتمدة على الترددات عالية القدرة VHF وفائقة القدرة UHF، والشبكات الأرضية التي تستخدم الألياف الضوئية F.O، ذات الكفاءة العالية في حمل العديد من البرامج التلفزيونية والإذاعية والمعلومات، هذا بالإضافة إلى استخدام الحاسوب (الكومبيوتر) وما يتصل به من تقنيات.

على أن كلمة (حديثة) في تعريف تكنولوجيا الاتصال، تحمل قدراً كبيراً من النسبية، فهي تتوقف في الدرجة الأولى على مدى تطور المجتمع وأخذه بالأساليب الحديثة في الإنتاج، فما يعد من التقنيات التقليدية في المجتمعات المتقدمة، قد يعد حديثاً في مجتمعات أقل تقدماً، كما أن النسبية تمتد إلى المرحلة الزمنية من مراحل تطور المجتمع، فما يؤخذ حديثاً اليوم، سوف يصبح تقليدياً في مرحلة تاريخية تالية، كما يتوقف الأمر كذلك على التقدم

الصناعي في إنتاج تكنولوجيا الاتصال، وهو تقدم يسير بسرعة كبيرة، فقد تتوقف الصناعة في مرحلة معينة بحكم التطور،عن إنتاج بعض التكنولوجيات الاتصالية التي كانت سائدة في هذه المرحلة، وتقدم بدائلها الأكثر تطوراً، وتترك الأولى للزوال، بحكم عدم توفر مستلزمات تشغيلها.

وتتيح التكنولوجيات الاتصالية الحديثة إمكانات كبيرة لزيادة حجم إنتاج المواد الإعلامية والثقافية المرئية والمسموعة والمطبوعة، وتبادلها بين الأقطار العربية، ومع الخارج، كما تتيح فرصاً واسعة لاستخدامها للأغراض التعليمية سواء بالنسبة للتعليم النظامي أو التعليم خارج المدرسة، على أنه في الجانب الآخر أدى استخدام هذه التكنولوجيا المتقدمة إلى زيادة حجم تدفق المواد الإعلامية والثقافية من الخارج مما يمكن أن يهدد الهوية الثقافية العربية الإسلامية.(4)

تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال

تتكون تكنولوجيا المعلومات والاتصال من مجموعة من العناصر التي تتطور باستمرار نتيجة الطلب المستمر عليها، وتتمثل هذه المكونات فيما يلي:

- **الآلات:** تتميز الآلات بقدرات سريعة في التنفيذ وتكلفة أقل مع إمكانيات فنية أعلى من قدرات الإنسان، ونقصد هنا بالآلات الخاصة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال جميع أنواع الحواسيب الموجودة، سواء كانت ذات الحجم الكبير أو الحواسب الصغيرة أو الحواسب الشخصية.
- **البرمجيات:** وهي اللغة والوسيلة التي يتم من خلالها تعامل المستفيدين مع البيانات المخزنة بالآلات، كما يتم من خلالها تخزين هذه البيانات واستدعاؤها وتشغيلها، وقد شهدت لغة البرمجة تطورات كبيرة وهذا ما يفسر تنوعها وكثرتها.
- **الشبكات:** تسمح هذه الشبكات باستغلال قدرات الاتصال عن بعد، وهذا ما يسمح بتبادل المعلومات بكل سهولة ويسر، كما يوفر للمستفيدين إمكانية الاتصال مع مختلف الأطراف.
- **الآلية:** كاستعمال الرجل الآلي مثلا في بعض المجالات عوض عن الإنسان، ولا يعني ذلك إمكانية الاستغناء عن الإنسان100%، فمهما تم إحلال العمل الآلي مكان العمل

الإنساني، يبقى دور الإنسان ضرورياً للتحكم بالآلات وتشغيلها والتنبؤ بأخطارها واختراع الجديد منها.(5)

ويمكن تقسيم مراحل تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى شقين:

أولاً: تطور في الأجهزة

I. **تطور أجهزة معالجة المعلومات:** ويقصد بها مراحل تطور الكمبيوتر فمنذ أربعينات القرن الماضي حيث شهد هذا الجهاز تطورات كبيرة نختصرها في ما يلي:

1. **الجيل الأول 1946-1959:** ظهر هذا الجيل بجامعة (Pennsylvanie) مابين1944-1946 على شكل أول آلة الكترونية تحتل مساحة تقارب 160م²، وكانت تعمل بالصمامات المفرغة وتستهلك الكثير من الطاقة وتفرز الكثير من الحرارة.
2. **الجيل الثاني 1959–1965:** وقد استعمل في هذا الجيل الترانزستور بدلا من الصمامات المفرغة والتي ساعدت على التغلب على مشكلة الحرارة وأقلة من معدلات التوقف ووفرت في الطاقة.
3. **الجيل الثالث 1964–1970:** والفرق بينه وبين الجيل الذي يسبقه في:

- صغر حجمه والذي نتج عن استعمال الإلكترونيات الدقيقة بإدماج الدوائر الإلكترونية؛
- تطور الذاكرات الفرعية القادرة على استيعاب معلومات كبيرة بأقل تكلفة؛
- تطور لغات البرمجة مثل ظهور البازيك والباسكال.

4. **الجيل الرابع من بداية 1970:** وقد ارتبط باكتشاف وتطوير (Micro-processors) والذي يعتمد على تقنية دمج أكبر عدد ممكن من المكونات الأساسية على شريحة واحدة، كما تم التوصل لصناعة الذاكرات المعتمدة على شرائح السيلكون ذات الحجم الصغير والسعة الكبيرة.
5. **الجيل الخامس من الآن إلى المستقبل:** وهو محور بحوث تجرى في أوروبا والولايات المتحدة واليابان حيث تعمل هذه الدول على ابتكار ما يسمى بالحواسيب الذكية

والتي يمكنها القيام بكثير من الأعمال المكتبية من خلال إدماج اللغة العادية كتابيا والتواصل الصوتي مع الآلة.

ب. تطور أجهزة الاتصال:

1. التلكس والتليتكس: التلكس هو أول جهاز تم استخدامه في إرسال الرسائل بالكهرباء، حيث يتم إرسالها بتخصيص شفرة معينة لكل حرف عن طريق مفتاح خاص ثم يقوم هذا الجهاز بتحويل النقط (....) والشرطات (--) الخاصة بالشفرة إلى نبضات كهربائية وإرسالها عبر الأسلاك، أما التليتكس فهو حالة متقدمة على نظام التلكس وتطويراً لها، حيث أنه يجمع بين عمل التلكس وعمل نظام معالجة النصوص، الذي يعمل بواسطة الآلة الكاتبة الإلكترونية والشاشة المرئية المثبتة فيها، مع وجود إمكانية لخزن المعلومات المطبوعة، وهذا يعني أن تبادل الرسائل والمعلومات يكون إلكترونيا من وحدة ذاكرة (Mémoire) إلى وحدة ذاكرة ثانية أو أكثر وعبر شبكة اتصالات.
2. الهاتف والفاكس: يمثل الهاتف من أهم وسائل الاتصال الصوتي ومن أقدمها وأكثرها انتشاراً بين الناس، والهاتف ليس أداة للتواصل فقط لكنه أداة تلعب دورها في الإنتاج والتسويق وإيصال الخدمات للكثير من المؤسسات، وقد تطور الهاتف في حجمه وشكله ومزاياه وإمكاناته عدة مرات إلى أن وصل بصورته الحالية، ومن أحدث الابتكارات في عالم الاتصالات الهاتفية الهاتف الصوري أو الهاتف الفيديو الذي يستطيع نقل الصورة مع الصوت بسرعة هائلة، وهو مزود بذاكرة تؤهله لخزن الصور واسترجاعها عند الحاجة ومشاهدتها على الشاشة أو طباعتها على الورق، أما الفاكس فيشبه آلة التصوير الصغيرة متصلة بهاتف، فما على المرسل إلا أن يضع وثيقة في الجهاز، ثم يدير رقم هاتف جهاز فاكس المرسل إليه، وبمجرد أن يفتح الخط أو يتم الاتصال، تتحرك الأداة الفاحصة الإلكترونية في جهاز الإرسال وتحول الصفحة المرسلة إلى مجموعة من الإشارات الكهربائية الرقمية التي تنتقل عبر خط الهاتف إلى جهاز فاكس المستقبل الذي يعيد الإشارات الكهربائية الرقمية مرة أخرى إلى نسخة طبق الأصل من الوثيقة الأصلية ثم يطبعها.[6]

3. **الأقمار الصناعية:** تعد الأقمار الصناعية محطات تحويل فضائية لبث إشارات ترسل بواسطة المحطات الأرضية والتي تعمل أيضاً على ربط شبكات الاتصالات الأرضية من خلال شبكات الهاتف، وقد أخذت الاتصالات الفضائية عبر الأقمار الصناعية دوراً هاماً في مجال نقل الرسائل والمعلومات بفضل فعاليتها وعدم تأثرها بالظروف المحيطة، ويمكن القول أن للاتصالات عبر الأقمار الصناعية فائدتين هما: إمكانية البث المتوافق، بحيث تستطيع كل محطة في الشبكة أن ترتبط مع كل المحطات الأخرى في الوقت نفسه، وإمكانية الوصول إلى أماكن بعيدة ودعمها للامركزية في أساليب جمع وتوزيع الرسائل والمعلومات، وقد فتحت الأقمار الصناعية الباب على خدمات جديدة من بينها توفير نوع من الاتصالات بين الإنسان والآلة، وبين الآلة والأخرى كما تحدث في عملية الاتصال بين الحواسيب، وتستخدم الأقمار الصناعية العديد من الوظائف مثل نقل الصوت والصورة والبيانات والوثائق والمؤتمرات البعدية(Teleconferencing) والأرصاد الجوية، والاستشعار عن بعد، والبث التلفزيوني والخدمات الهاتفية وغيرها...[7]

ثانياً: تطور في البرامج: يعد هذا العنصر بمثابة الروح للجسد فدونها لا يمكن الاستفادة من العتاد التكنولوجي، فهي حلقة الوصل بين المستخدم والآلة أي أنها تساعد على حفظ المعلومات بنظام فهي: (مجموعة مفصلة من التعليمات والأوامر المعقدة والتي توجه المكونات المادية للحاسوب للعمل بطريقة معينة بغرض الحصول على النتائج المطلوبة).[8]

وتنقسم البرامج إلى:

1. **أنظمة التشغيل:** أنظمة التشغيل هي عبارة عن حزمة برامج تجعل جهاز الحاسب يعمل بشكل صحيح، ويقوم باختبار الحاسب الآلي في كيفية التعامل مع البرامج الأخرى للمكونات المادية على الجهاز، يقوم نظام التشغيل بدورين رئيسين: إدارة موارد المكونات المادية والبرمجية للحاسب، هذه الموارد تضم المعالج، الذاكرة، القرص...الخ، كما يعمل بطريقة فعالة لربط التطبيقات بالمكونات المادية دون معرفة تفاصيلها مما يسمح لمطوري البرامج كتابة تطبيقات تعمل على أكثر من جهاز.[9]

2. **البرامج الملحقة:** هي البرامج التي تؤدي وظائف محددة بناء على اهتمامات المستخدمين (مثل برامج الكتابة والطباعة، برامج الحاسبية، قواعد البيانات، الجرافيك والألعاب ومعالجة الصوت،،،) ومن أشهر البرامج: Microsoft office، Adobe programme، وللبرمجيات لغات عدة تشكل وسيلة تخاطب الإنسان مع الآلة تنقسم إلى:

لغات متدنية الأداء: وتشمل:

- ✓ **لغة الآلة:** وهي اللغة الوحيدة التي يفهمها الحاسوب وقد استخدمت في كتابة برمجيات الجيل الأول منه.
- ✓ **لغات التجميع:** وهي ناتجة عن صعوبة كتابة البرامج بلغة الآلة فهي بذلك تشكل تطويراً لها لتجاوز تلك الصعوبة.
- ✓ **لغات المستوى العالي:** مثل بيسك، كوبول، باسكال.
- ✓ **لغات الجيل الرابع:** مثل دي بيس، أوراك.

لقد تميزت تكنولوجية المعلومات والاتصال عن غيرها من التكنولوجيات الأخرى بمجموعة من الخصائص أهمها:

1. **تقليص الوقت:** فالتكنولوجية جعلت كل الأماكن – إلكترونيا – متجاورة؛
2. **تقليص المكان:** تتيح وسائل التخزين التي تستوعب حجماً هائلاً من المعلومات المخزنة والتي يمكن الوصول إليها سهولة؛
3. **اقتسام المهام الفكرية مع الآلة:** نتيجة للتفاعل بين الباحث والنظام.
4. **النمنمة:** بمعنى أخر، أسرع، أرخص... وتلك هي وتيرة تطور منتجات تكنولوجية المعلومات؛
5. **الذكاء الاصطناعي:** أهم ما يميز تكنولوجية المعلومات هو تطوير المعرفة وتقوية فرص تكوين المستخدمين من أجل الشمولية والتحكم في عملية الإنتاج؛
6. **تكوين شبكات الاتصال:** تتوحد مجموعة التجهيزات المستندة على تكنولوجية المعلومات من أجل تشكيل شبكات الاتصال، وهذا ما يزيد من تدفق المعلومات بين

المستعملين والصناعيين، وكذا منتجي الآلات، ويسمح بتبادل المعلومات مع باقي النشاطات الأخرى.

7. **التفاعلية:** أي أن المستعمل لهذه التكنولوجية يمكن أن يكون مستقبل ومرسل في الوقت نفسه، فالمشاركين في عملية الاتصال يستطيعون تبادل الأدوار وهو ما يسمح بخلق نوع من التفاعل بين الأنشطة؛
8. **اللاتزامنية:** وتعني إمكانية استقبال الرسالة في أي وقت يناسب المستخدم، فالمشاركين غير مطالبين باستخدام النظام في نفس الوقت؛
9. **اللامركزية:** وهي خاصية تسمح باستقلالية تكنولوجية المعلومات والاتصالات، فالانترنيت مثلا تتمتع باستمرارية عملها في كل الأحوال، فلا يمكن لأي جهة أن تعطلها على مستوى العالم.
10. **قابلية التوصيل:** وتعني إمكانية الربط بين الأجهزة الاتصالية المتنوعة الصنع، أي بغض النظر عن الشركة أو البلد الذي تم فيه الصنع؛
11. **قابلية التحرك والحركية:** أي أنه يمكن للمستخدم أن يستفيد من خدماتها أثناء تنقلاته، أي من أي مكان عن طريق وسائل اتصال كثيرة مثل الحاسب الآلي النقال،الهاتف النقال... الخ.
12. **قابلية التحويل:** وهي إمكانية نقل المعلومات من وسيط إلى آخر، كتحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة أو مقروءة مع إمكانية التحكم في نظام الاتصال.
13. **اللاجماهيرية:** وتعني إمكانية توجيه الرسالة الاتصالية إلى فرد واحد أو جماعة معنية بدل توجيهها الضرورة إلى جماهير ضخمة، وهذا يعني إمكانية التحكم فيها حيث تصل مباشرة من المنتج إلى المستهلك، كما أنها تسمح بالجمع بين الأنواع المختلفة للاتصالات، سواء من شخص واحد إلى شخص واحد، أومن جهة واحدة إلى مجموعات، أو من مجموعة إلى مجموعة؛
14. **الشيوع والانتشار:** وهو قابلية هذه الشبكة للتوسع لتشمل أكثر فأكثر مساحات غير محدودة من العالم بحيث تكتسب قوتها من هذا الانتشار المنهجي لنمطها المرن؛
15. **العالمية:** وهو المحيط الذي تنشط فيه هذه التكنولوجيات، حيث تأخذ المعلومات مسارات مختلفة ومعقدة تنتشر عبر مختلف مناطق العالم، وهي تسمح لرأس المال بأن يتدفق إلكترونيًا خاصة بالنظر إلى سهولة المعاملات التجارية التي يحركها رأس المال المعلوماتي فيسمح لها بتخطي عائق المكان والانتقال عبر الحدود الدولية.[10]

وهناك ثلاثة مؤشرات أساسية حصلت في مكونات تكنولوجيا المعلومات، وخاصة في الأجزاء المادية للحواسيب (العتاد) وبرامج الحاسوب، ونظم الاتصال، ففي جانب الأجزاء المادية للحواسب تعاظمت القدرة على التصغير المتنامي للعناصر الالكترونية من الصمامات المفرغة إلى الدوائر الإلكترونية المتكاملة ذات الكثافة العالية، الأمر الذي انعكس على وحدة البناء الأساسية، وبالتالي تقلص حجم الحواسيب، وتحققت زيادة هائلة في سرعة معالجة البيانات لتصبح من آلاف العمليات الحسابية في الثانية الواحدة إلى بلايين العمليات الحسابية في الثانية، أما تطور البراجيات فلقد كان مساره باتجاه التحول من معالجة البيانات لغرض إنجاز العمليات الحسابية، إلى معالجة المعلومات، ليتجاوز الحاسوب بذلك العمليات الحسابية البسيطة المرتبطة بالبيانات الخام، إلى قدرة جديدة يعتمد من خلالها العلاقات بين البيانات وبالتالي أصبح قادراً على استخلاص المعلومات المنتقاة على شكل مؤشرات وتحليلات إحصائية، ثم ارتقى الحاسوب ليصبح آلة قادرة على تحديد الفروق الجوهرية بين البيانات والمعلومات من جانب، والمعلومات والمعارف من جانب آخر، بمعنى الانتقال في نتائج المعالجة من البيانات التفصيلية، إلى المعلومات الإجمالية المستخلصة، أما في مجال الاتصالات فقد حدثت نقلة نوعية في استخدام الألياف الضوئية الدقيقة وذات السعة الكبيرة لنقل البيانات لتحل محل أسلاك النحاس التي يزيد سمكها مئات الآلاف من المرات، حيث يتوقع إن تساعد الألياف الضوئية هذه على بناء شبكات اتصال تصل سرعة تدفق البيانات عبرها إلى بليون نبضة في الثانية، وهذه السرعة كافية لنقل ما يقارب مائة ألف صفحة من البيانات في الثانية الواحدة.

انفجار المعلومات

أن الانفجار المعرفي المتسارع الإيقاع الذي آتى للعالم بكتل هائلة من المعارف، وثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وما أحدثته من وسائل وعلاقات جديدة، وطرقاً في العمل غير مسبوقة لم تعرفها البشرية من قبل، وما فرضته ثورة الاتصالات من سرعة بالغة وسعة المعلومات وتشابكها وإلغاء الأبعاد وترابطها، كلها أدت إلى تغييرات جوهرية في التفكير والحياة والعمل.

وقد أدى تفجير المعلومات إلى أحداث تعقيدات في طرق إيصال المعلومات وملاحقتها، وصاحب ذلك حاجة متزايدة إلى تنظيم المعلومات وتخزينها بأساليب تتيح

استرجاعها بأقصى سرعة وفي أي مكان، وهذا ما أدى إلى ظهور علم جديد هو علم المعلومات الذي ارتبط بالثورة التكنولوجية واستفاد منها في عملية نقل المعلومات وتوفيرها، من خلال تكنولوجيا المعلومات التي تشمل:

1. الحاسبات الالكترونية التي تقوم بتجهيز المعلومات واختزان كميات ضخمة فيها، واسترجاعهابسرعة ودقة وفاعلية.
2. وسائل الاتصالات التي تستطيع توزيع المعلومات وبثها بسرعة كبيرة لأشخاص مختلفين ومتعددين بصرف النظر عن الأماكن التي يقيمون فيها.
3. التصوير المصغر الذي يسمح بتصغير الأحجام المتضخمة من المعلومات في حيز ومساحة صغيرة جدا.

وعلى الرغم من وجود تعاريف كثيرة لمفاهيم (تكنولوجيا المعلومات)[11] الاّ أن الكثير من هذه التعاريف تؤكد على أهمية الحصول على المعلومات واستثمارها في الحياة من خلال تكنولوجيا المعلومات.

وبشكل عام فأن تكنولوجيا المعلومات هي: البحث عن أفضل الوسائل لتسهيل الحصول على المعلومات وتبادلها وجعلها متاحة لطالبيها بسرعة وفاعلية.

ويعرفها روجركارتر(Roger Carter)في كتابة المعنون باسم The Information Technology بأنها الأنظمة والأدوات المستخدمة لتلقي وتخزين وتحليل وتوصيل المعلومات في كل أشكالها، وتطبيقاتها لكل جوانب حياتنا.

ووفق تعريف اليونسكو فأن تكنولوجيا المعلومات هي: مجالات المعرفة العلمية والتقنية والهندسية والأساليب الإدارية المستخدمة في تناول ومعالجة المعلومات وتطبيقاتها، أنها تفاعل الحاسبات والأجهزة مع الإنسان ومشاركتها في الأمور الاجتماعية والاقتصادية والثقافية.

بينما يرى د.نبيل علي[12] بأن لتكنولوجيا المعلومات وسائل إنتاج تعالج البيانات والمعلومات والمعارف لتحويلها إلى منتجات نهائية من سلع وخدمات معلوماتية أو مواد وسيطة ليتناولها خبراء بشريون أو تستهلكها نظم معلومات أخرى.

ويعتقد بأن لتكنولوجيا المعلومات عدة روافد تكنولوجية، تمثل بعضها:

1. الشق الماديHard ware وهي تكنولوجيا عتاد الكمبيوترComputer hard ware والتحكم الأوتوماتكي automatic control وتكنولوجيا الاتصالات.
2. الشق الذهني وهي البرمجيات software، وهندسة المعرفة Knowledge engineering وهندسة البرمجيات Software engineering.

وكلها تلتقي مع بعضها البعض في توليفات ثنائية وفوق ثنائية، وما أن تلتقي حتى تندمج وتنصهر في كيان كلي يزداد تماسكاً وتشابكاً يوماً بعد يوم.

ونحن نرى بأن تكنولوجيا المعلومات هي: عملية استثمار العلم في تنظيم المعلومات وتخزينها واسترجاعها في مجالات الحياة المختلفة من خلال نظم الحاسبات ونظم الاتصالات، وإيجاد وسائل أكثر تطوراً لجعل الحصول على المعلومات وتبادلها متاحة للمجتمع.

وبهذا المعنى فإن لتكنولوجيا المعلومات جانبين:

1. الجانب الفكري أو المعرفي، الذي يتمثل في علم المعلومات Information الذي يهتم بضبط خواص وسلوك المعلومات والقوى التي تتحكم في عمليات تدفق المعلومات وطرق تجهيزها للفحص حتى تكون متاحة ومستخدمة بأقصى درجة من الكفاءة.
2. الجانب المادي، الذي يتمثل في التطبيق العملي للاكتشافات والاختراعات والتجارب في مجال معالجة المعلومات: كالحصول على المعلومات، وتحليلها، وبثها أو توصيلها، مستفيداً من ذلك من التقنيات أو الأساليب الفنية في الكتابة والطباعة والتصوير الفوتوغرافي والتلفزيوني والاتصالات السلكية واللاسلكية، ومازجاً بين الأدوات أو الأجهزة أو الاكتشافات كالحاسبات الأ لكترونية وأشعة ليزر والألياف الضوئية والاتصالات الفضائية ثم إلى الوسائل الالكترونية الكاملة.

والملاحظ من خلال المفاهيم السابقة بأن تكنولوجيا المعلومات لم تعد فقط تعني (الإنتاج) و(التخزين) و(الاسترجاع) بل تعني أيضا (النقل والتوصيل) إلى الجمهور المستهدف أو المستخدم لها، خاصة في ظهور المستحدثات الجديدة في صناعة المعلومات وصناعة الإعلام والاتصال، واندماج تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصال، كاندماج

التلفزيون الفضائي V.Space T الذي يعتمد على الأقمار الصناعية Communication satellites في عملية البث المباشر، وكذلك النصوص المتلفزة كالفيديو تيكست والتليتكس التي تمزج التلفزيون بالحاسبات الالكترونية، وتمثل شبكة الانترنت Internet قمة تلك الاندماجات بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال نتيجة اعتمادها على عدة وسائط هي: الحاسبات الالكترونية، خطوط الهاتف، الأقمار الصناعية، وهذا ما أدى إلى ظهور مصطلح جديد هو تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

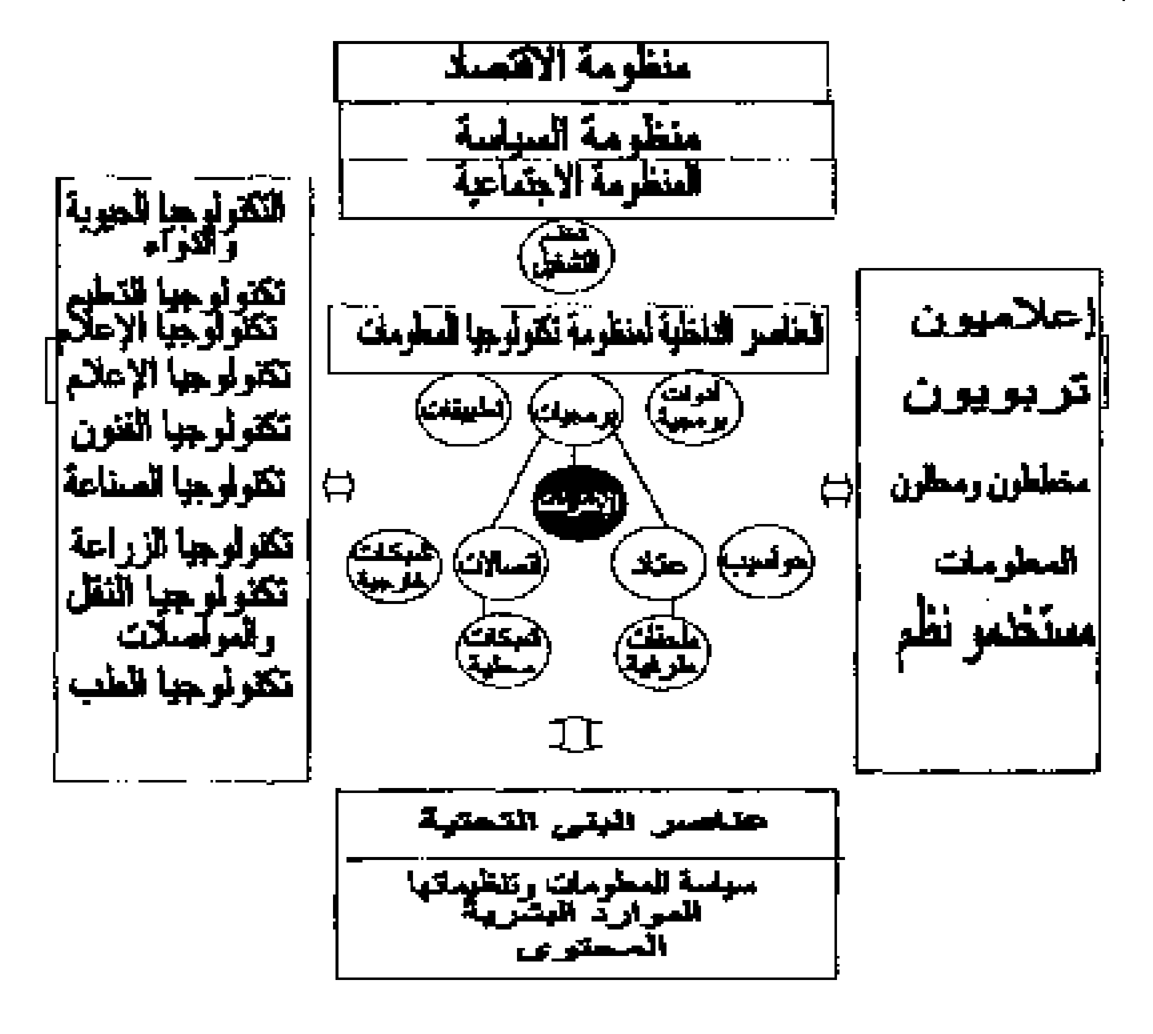
إن التقدم الذي حدث في تكنولوجيا المعلومات والاتصال InformationCommunication Technologies لم يكن يحدث لولا هذا الاندماج بين تكنولوجيا المعلومات التي أصبحت بفضل التحسينات التي زودتها بها الأنظمة الرقمية أكثر قدرة على النفاذ لأعداد متزايدة من الجمهور، وعلى معالجة كم أضخم من البيانات وبشكل سريع، وسمحت للبيانات المكتوبة والمسموعة والمسموعة المرئية أن يتم توصيلها إلى أي مكان في العالم، وبتكلفة اقتصادية يمكن تحملها.

وقد نجحت تكنولوجيا المعلومات، وربما لأول مرة، في تحقيق المعادلة الصعبة، وتعني بذلك نجاحها في أن تجمع بين الأكفأ والأعلى قدرة، وبين الأرخص والأكثر سهولة في الاستخدام حيث ارتقت نظم المعلومات على جهات عدة من زيادة سرعة تنفيذ العمليات الحسابية والمنطقية إلى زيادة سعة التخزين للوسائط الالكترونية، ومن زيادة كفاءة ملحقات الطباعة وشاشات العرض ومولدات الصور، إلى زيادة إمكانات لغات البرمجة الراقية التي تقترب رويداً رويداً من مرونة اللغات الإنسانية وقدرتها الفائقة على التعبير، في الوقت نفسه التي تتهاوى فيه كلفة تكنولوجيا المعلومات بصورة غير مسبوقة: كلفة الكمبيوتر وملحقاته، ومعدات الاتصال وإقامة شبكات الاتصالات، بل كلفة إطلاق الأقمار الصناعية أيضاً، بعد أن دخلت الصين في حلبة المنافسة العالمية، ولم يقتصر الأمر على انخفاض تكلفة إقتناء النظم الكونية والمعلومات، بل زادت سهولة استخدامها حتى أصبحت في متناول الأطفال من محدودي التعليم، وخير شاهد على ذلك، سهولة استخدام شبكة الإنترنت التي تقترب حالياً من أن تصبح في سهولة استخدام جهاز التليفون أي الهاتف النقال، وقد تمكنت تكنولوجيا المعلومات من تحقيق تلك المعادلة الصعبة بفضل عدد محدود مما أسماها بعض الباحثين بـ(الأفكار الذهبية)، وتأتي على رأس هذه القائمة الذهبية، على مستوى تكنولوجيا

C:\WINDOWS\hinhem.scr

المعلومات ككل، فكرتان أساسيتان شديدتا الصلة ببعضهما، ألا وهما التصغير المتنامي Miniaturization والرقمنة Digitization.

ويرى نبيل علي، بأن الإطار العامل منظومة تكنولوجيا المعلومات تتضمن المكونات الرئيسية التالية: شبكة العلاقات التي تربط منظومة تكنولوجيا المعلومات بما هو خارجها من تكنولوجيا، وفئات اجتماعية، ومنظومات اجتماعية، كمنظومتي السياسة والاقتصاد على سبيل المثال، وعناصر البنى التحتية لمنظومة تكنولوجيا المعلومات،علاوة على المواد البشرية من مصممي ومخططي ومديرين لقواعد البيانات ومواقع خدمات الإنترنت.(13)

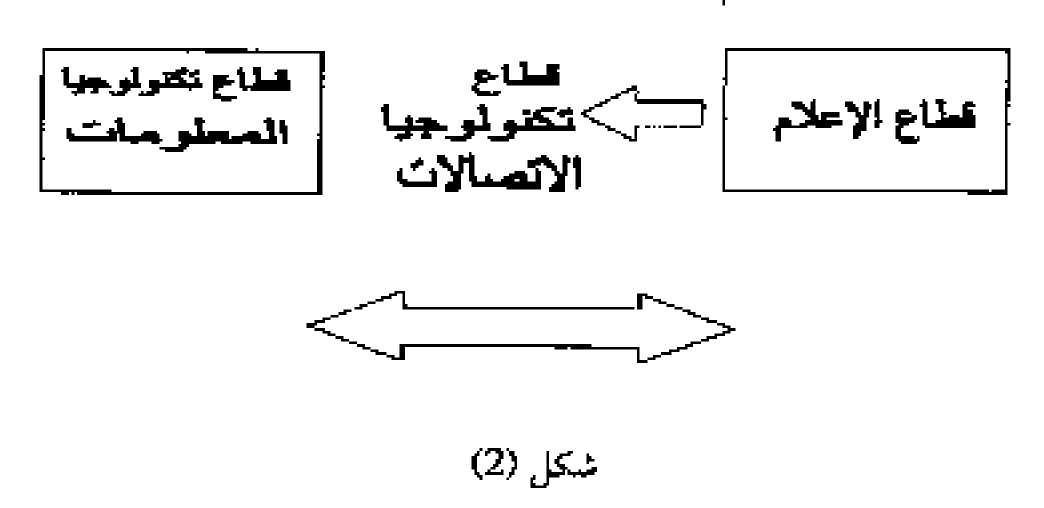


شكل رقم (1) الإطار العام لمنظومة تكنولوجيا المعلومات

المصدر: نبيل علي، العرب وعصر المعلومات، عالم المعرفة، العدد(253)، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت 1994.

وهكذا يمر العالم اليوم بمرحلة تكنولوجية معلوماتية واتصالية تتسم بسمة أساسية هي المزج بين أكثر من تكنولوجيا تمتلكها أكثر من وسيلة، ويطلق عليها مرحلة الاتصال متعدد الوسائط، التكنولوجية التفاعلية، تكنولوجيا الوسائط المهجنة.

ويتوقع أثناء المرحلة الانتقالية أن تتعمق ظاهرتا الاندماج والتركيز Consolidation and Focus حيث تشير التوقعات إلى معدلات نمو تصل إلى 9.2 في المائة سنوياً، وستكون قاطرة النمو تطبيقات الحزم العريضة (Broadband Application) وتطبيقات الجيل الثالث والرابع من الهاتف المحمول على وجه التحديد[14]، وكما اندمجت قطاعات البريد والبرق والهاتف معا لتشكل قطاعاً واحداً، واندمجت برمجيات الحاسوب والاتصال معا لتولد قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال، يتوقع في المستقبل القريب أن يندمج قطاعات تكنولوجيا المعلومات والاتصال والإعلام ليشكلا قطاع تكنولوجيا الاتصالات والإعلام والمعلومات IMCT كما هو في الشكل التالي:



شكل (2)

ويمكن تحديد أربع سمات مميزة لقطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال هي:[15]

1. الابتكار على المستوى التكنولوجي وعلى مستوى الأعمال، الذي يؤدي إلى الديناميكية والتغيير والمخاطرة الناتجة عن الافتقار إلى اليقين.
2. التمحور الشديد حول إنتاج المعرفة وتوفيرها ومعالجتها.
3. التبعات والنتائج الخطيرة التي قد تنجم عن التغيرات في التكنولوجيا وأنماط العمل، مثل هدر الاستثمارات الكثيفة.
4. المغالاة في تقدير المردود الاقتصادي المستقبلي للابتكارات واضطراب التوقعات المتتالية.

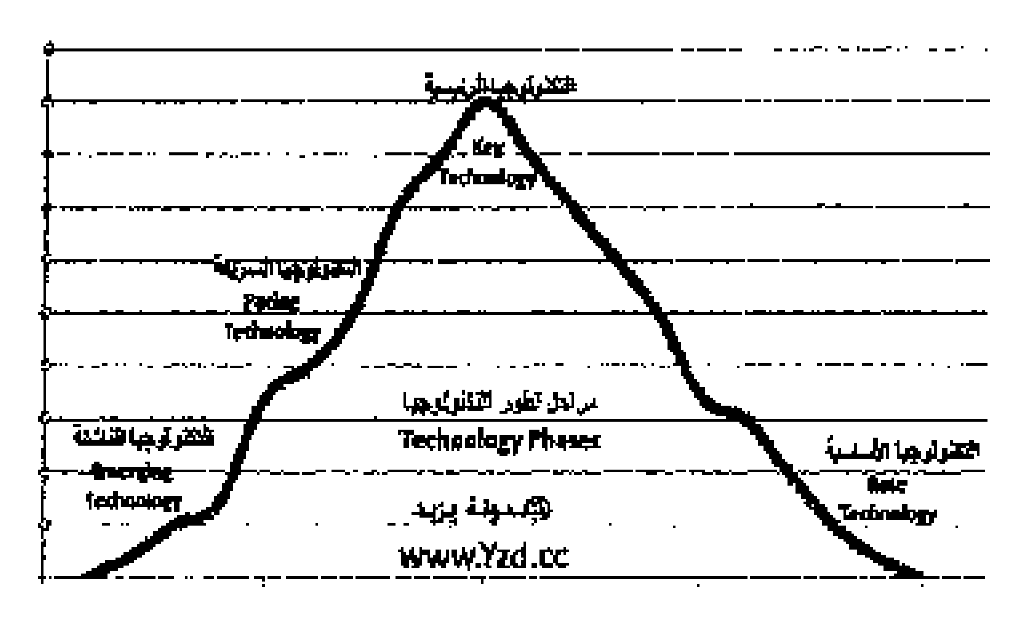
مجتمع الاختراعات الرقمية

يشير عصرنا الحالي إلى أنه عصر تكنولوجيا المعلومات بأمتياز، حيث نرى اختراعات جديدة كل يوم ولا نكاد ان ندركها حتى تظهر لنا تقنية جديدة مختلفة تماما عن سابقاتها، ذلك لإن استخدام التقنية أمر محير خصوصاً لإصحاب الأعمال، لأنهم لا يكادون يجزمون لأي تقنية سيتجهون لإستخدامها خوفاً من ظهور تقنية أخرى أفضل منها، ومما لاشك فيه إن التقنية في الوقت الحالي أصبحت احد أدوات المنافسة في السوق بل وأهمها، لذلك يتطلب الأمر ملاحقة التقنيات واستعراض أفضلها وإقتنائها لتحقيق القدرة التنافسية.

إن ظهور أي تقنية جديدة، فإنها تمر في أربع مراحل ولكل مرحلة مميزاتها وفيما يلي استعراض لأهم مراحلها:

1. **التكنولوجيا الناشئة (Emerging Technology)**: هذه التقنية تؤخذ متقدمة وفي مرحلة النمو ولذلك ستكون نسبة المخاطرة فيها عالية في حال استخدامها كونها لم تطبق من قبل ولم تاخذ كفايتها من التجربة حيث يمكن أن يكون استخدام هذه التقنية في المنشئات سبباً لتحقيق التقدم التقني التنافسي وقد يكون العكس ويسبب الفشل، المثال على ذلك هو ظهور خدمة (Online Banking) حيث كان من الصعب وثوق عملاء البنوك في هذه الخدمة خوفاً من وجود أخطاء وقد أخذت هذه الخدمة وقتاً طويلاً حتى تم الوثوق بها.
2. **التكنولوجيا السريعة (Pacing Technology)**: وهي التكنولوجيا التي تتقدم بسرعة في قبولها وكذلك في عدد مستخدميها كونها وصلت إلى مرحلة الوثوق المبدئي، وتستخدم في المنشئات لتحقيق الريادة التقنية، مثال هذه التقنية هو ظهور خدمة رسائل الجوال SMS لتداول الأسهم حيث بدأت هذه التقنية وانتشرت سريعاً ولاقت رواجاً بين المستخدمين.
3. **التكنولوجيا الرئيسية (Key Technology)**: هي التكنولوجيا التي أصبحت موثوقة بسبب سجلها التاريخي الآمن حيث أصبحت أحد أهم أدوات تحقيق المنافسة بين المنشئات، مثال ذلك هو برامج أنظمة موارد الشركات (ERP) التي أصبحت موجودة في كل المنشئات التي تريد تحقيق التنافسية العالية وذلك لكونها من أهم التقنيات التي تعالج وتدير البيانات اليومية للمنشئات وبكفائة عالية.

4. التكنولوجيا الأساسية (Base Technology): هذه آخر مراحل تطور التقنية حيث تصبح التقنية في هذه المرحلة أحد أساسات المنشأة وبدونها ستخسر مركزها التنافسي، مثال ذلك وجود خدمة الإنترنت في المنشئات والتي بدونها سيكون من الصعب الاستمرار، فبدون الإنترنت لن يكون هناك تعاملات عن طريق البريد الإلكتروني ولن يكون هناك اتصال خارجي عن طريق موقع المنشأة بالجهات الخارجية.(16)



شكل (3)

وقد أمسى الاتجاه المستمر والمتدفق نحو الاستخدام الآلي في إنجاز الأنشطة المختلفة للإنسان يبشر بمجتمع يعيش بلا ورق مطبوع أو مخطوط أو بعبارة أخرى تمهد لقيام مفهوم جديد للمجتمعات، وهو المجتمع اللاورقي(Paperless Society)، أو المجتمع الرقمي (Digitations Society) أو مجتمع المعلومات(Information Society).

وتحديداً منذ الثمانينات، فقد دخلت البشرية مرحلة جديدة، أبرز ملامحها السيل المتدفق من المعلومات العصيّة عن الإدراك لحجمها وتنوعها وكثافة بثها، وارتبطت المعلومات Information بمختلف جوانب حياتنا، ومثلت ركيزة نشاط الإنسان الاقتصادي والاجتماعي والثقافي والسياسي.

وتُعد ثورة المعلومات والاتصالات من أهم ملامح العصر الراهن، ومن أبرز سمات هذه الثورة أنها عابرة لحدود الدول، حيث يصعب على أية دولة حالياً أن تمنع

التدفق الإعلامي والمعلوماتي القادم إليها من خارج حدودها من خلال شبكة الإنترنت، والأقمار الصناعية، والقنوات الفضائية وغيرها، ومن هذا المنطلق، تُعد ثورة المعلومات والاتصالات من أهم تجليات ظاهرة العولمة التي تنامت بشكل كبير خلال العقدين الأخيرين.

ومن المؤكد أن لثورة المعلومات والاتصالات تداعياتها وتأثيراتها – القائمة والمحتملة – على سيادة الدولة الوطنية بمعناها التقليدي، وكذلك على السياسات الوطنية للدول، حيث بدأت تنعكس على ديناميات العملية السياسية والسلوك السياسي في كثير من دول العالم وبخاصة في الغرب، إذ أصبحت بعض وسائل هذه الثورة تُستخدم على نطاق واسع في عمليات الدعاية الانتخابية، والاتصال بالمواطنين، وإجراء استطلاعات الرأي، الأمر الذي أثر – ويؤثر – بدرجات متفاوتة وأشكال مختلفة، مباشرة وغير مباشرة، على أدوار المؤسسات السياسية الوسيطة مثل الأحزاب وجماعات المصالح والتنظيمات النقابية وغيرها، كما أن لهذه الثورة انعكاساتها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية ذات الأبعاد والتداعيات السياسية.

وللمعلومات تعريفات عديدة، تتباين فيما بينها تبعاً لزاوية الرؤيا ومعيار التعريف، وموضوع العلم الذي تعرّف في نطاقه، لهذا وجد للمعلومات تعريفات فلسفيّة ومعرفيّة ودلاليّة وإجرائيّة ورياضيّة وإداريّة، ولا أدل على مدى أهمية المعلومات من إطلاق وصف مجتمع المعلومات Society Information على مجتمع اليوم، فالمعلومات هي المورد الاستراتيجي في مجتمع اليوم، لا رأس المال فقط، وإنما إنتاج المعرفة الذي أصبح مفتاح الإنتاجية والمنافسة والإنجاز الاقتصادي.

ونظراً لأن ثورة المعلومات والاتصالات تشكل ركيزة مهمة في بنية الاقتصاد الحديث، خاصة فيما يتصل بصناعة المعلومات، فقد أصبحت تمثل عنصراً جوهرياً في الناتج القومي لكثير من الدول الغربية المتقدمة، وحتى بعض دول الجنوب، فضلا عن دورها في التجارة الإلكترونية التي تتدفق عبر حدود الدول متجاوزة الحكومات والمؤسسات، ومع ذلك فإن الدول العربية تعد في معظمها خارج دائرة صناعة المعلومات والتجارة الإلكترونية الدولية، لأسباب عديدة من أبرزها تخلف الاقتصادات العربية، وتفاقم الاختلالات البنائية التي تعاني منها تلك الاقتصادات، وضعف المؤسسات المسؤولة عن صنع وتنفيذ السياسات

الاقتصادية، ناهيك عن غياب أو ضعف المقومات التقنية والقانونية المطلوبة لتدعيم التجارة الإلكترونية[17].

وبشكل عام فأن الدول النامية تعاني من ندرة وسائل وتكنولوجيات الإعلام والاتصال، والتي سببها مشكلة توزيع هذه الوسائل والتكنولوجيات المتوافرة ووصولها إلى جمهورها الصحيح، كما أن لهذه المشكلة علاقة بقدر المعلومات الموجودة وفي السرعة التي تنقل الرسائل الإعلامية وفي الدقة التي يتم نقل المعلومات في مختلف المجتمعات، فالملاحظ أن توزع تكنولوجيات الإعلام والاتصال في الدول النامية مركز في المدن، أي أن انتشارها غير منتظم مما يقلل من نسبة المعلومات كلما بعد الفرد عن المدينة، وعلى الرغم من ذلك أصبحت الهند على سبيل المثال تعد في أقل من: 10 سنوات ثاني منتج للبرامج (Puces) وجمهورية كوريا تستمر في الحفاظ على موقعها كرائد عالمي في إنتاج القطع الإلكترونية المجمعة.

تشغيل المعلومات في الإعلام

أدى التطور التكنولوجي للاتصالات والمعلوماتية إلى ظهور وسائل وتطبيقات اتصالية جديدة أطلق عليها البعض اسم: NTIC وهي تعني أساساً تلك الموصولة بالكومبيوتر، ولها آثار عدة تشمل مجالات وتطبيقات متنوعة مثل تشخيص المعارف عموما وتنظيم المؤسسات خصوصا[18] وتظهر التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال من خلال الجمع بين الكلمة المكتوبة والمنطوقة، والصورة ساكنة ومتحركة وبين الاتصالات السلكية واللاسلكية، أرضية أو فضائية ثم تخزين المعطيات وتحليل مضامينها وإتاحتها بالشكل المرغوب وفي الوقت المناسب، وبالسرعة اللازمة[19].

وتوحد المعلومة المادة الخام للإعلام[20]، والإعلام عملية تنطوي على مجموعة من أوجه النشاط من بينها نشاط نقل المعلومات وتداولها، فهو يشمل المعلومات، لكن المعلومات لا تحتوي على كل موضوعات الإعلام، وتشمل التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال فرعين أساسين هما:

أولاً: تشغيل المعلومات: ويشمل هذا الفرع الوظائف التي تتناول المعالجة والتوزيع الآلي للمعلومات، والتي تعد الأساس في انجاز عمليات التشغيل في المنظمات وتدعيم قدرة الإدارة على اتخاذ القرارات، ويتمثل المحور المركزي لهذا الفرع في تطبيقات الإعلام الآلي بأشكاله المختلفة.

ثانيا: نقل وإيصال المعلومات: يمثل هذا الفرع عملية نقل وإيصال المعلومات التي تم تشغيلها بين المواقع المتباعدة للحواسيب، أو بين الحواسيب ووحدة الطرفية البعيدة وذلك باستخدام تسهيلات الاتصالات عن بعد.(21)

ويمكننا القول بأن الخاصية الأساسية في التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال هو ارتباط تكنولوجيات الإعلام الآلي مع تكنولوجيات الاتصالات السلكية واللاسلكية، وكذا السمعي البصري، بمعنى آخر هو الجمع بين النص والصوت والصورة.

وقد مر العالم عبر تاريخه بمجموعة من العصور هي التي حددت تطوره، وتحددت هذه العصور التاريخية بناء على أدوات تخزين واسترجاع المعلومات بشكل أساسي إضافة إلى بقية الأدوات الحضارية التي نقلت المجتمعات من حضارة إلى أخرى، وعلى هذا الأساس ينظر إلى العالم عبر العشرة آلاف السنة الماضية من عمر البشرية على أنه عبر الجسر الموصل إلى عصر المعلومات من خلال ثلاثة عصور سابقة، هي عصر الصيد والقنص ثم العصر الزراعي ثم العصر الصناعي وصولاً إلى العصر الأخير الذي يطلق عليه الآن عصر المعلومات information age وإن كان بعض المتخصصين يفضلون إطلاق مصطلح عصر المعرفة على السنوات العشر الأخيرة، وإن كان هذا الأمر ما زال محل جدال.

ثمة كثير من الشواهد في العصر الحالي بأن البشرية تمكنت بشكل أو بآخر من القبض أخيراً على خناق أدوات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وبأنها تستخدمها في اتخاذ القرارات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والعلمية، على الرغم من وجود آراء أخرى معارضة تقول بأننا ما زلنا في بداية عصر المعلومات، وبأن اكتشاف الحدود الذي يمكن أن يتقدم إليها البشر ما زال مجهولاً، أو كما يقول البعض أننا ما زلنا في مهد عصر المعلومات.

وتعزز تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من قدرات الإعلام، إضافة إلى أنها توفر العديد من الوسائل لتعظيم إنتاجيته كجهاز يمثل الرأي العام، كما توفر الأدوات المساعدة على قياس أدائه، ناهيك عن تسجيل اللقاءات بين الكتاب والصحافيين، وتوفير قدر عال من المرونة في الاتصالات الداخلية، وإمكانية متابعة وملاحقة الأماكن التي تمثل عنق زجاجة بالنسبة لأعمال مؤسسات الإعلام، وبالتالي حل مشكلاتها والقضاء عليها، إضافة إلى كل ذلك معالجة نواحي القصور التي يمكن أن تظهر في عمل المؤسسات الإعلامية، وتوفير وقت العاملين لأداء أعمال أكثر إبداعية بدلاً من قيامهم بأعمال تكرارية يمكن للحاسب القيام بها بسهولة، إضافة إلى توفير الفرصة أمام تلقي مقترحات القراء وشكاواهم والبحث عن حلول وتوصيل أصوات أصحابها لمتخذ القرار، إن هذا الشكل من العمل يوفر شفافية مطلقة أمام أصحاب المصالح المختلفة داخل المجتمع.[22]

ويطرح تكنوجيا الإعلام والاتصال إشكالين كبيرين:

الأول: كونها أصبحت جزءاً من الحياة اليومية للأفراد والجماعات، بالتالي فمقاربتها تستدعي أكثر من حقل معرفي: علم الاقتصاد دون شك، لكن أيضاً علم الاجتماع والسياسة والفلسفة والسيبرنطيقا وعلوم الإعلام والاتصال وعلم النفس وما إلى ذلك.

الثاني: أنها تستدعي في تحديد ماهيتها حسم الفارق الجوهري بين ما هو تقنية كأدوات وأجهزة وعتاد وبين التكنولوجيا كمعرفة، كمضامين، كمحتويات، كثقافة وكنظام قيم.

ومن هذين الإشكالين، يمكن الاستنتاج ما يلي:

الفكرة الأولى هو أن التكنولوجيا تضم التقنية وتتعداها، بمعنى أن التكنولوجيا هي معارف ومضامين وثقافة ونظم قيم تتحول تطبيقياً إلى تقنية... أي إلى أدوات وأجهزة وأعتدة ووسائل عمل، وكل تقنية إذن هي في عدداتها ومرجعيتها وخلفيتها نتاج ثقافة وحضارة ونظام قيم، وإذا انسلخت عن هذا أصبحت مجرد أدوات لا مكان لها ولا زمان، وهذا الأمر صحيح بالنسبة لكل أنواع التكنولوجيا... بالتالي فهو صحيح بالطبيعة بالنسبة لتكنولوجيا

الإعلام والاتصال بما هي مجموع الوسائل والأدوات التي تمكن من جمع المعلومات وترتيبها واستغلالها وبثها من جهة لجهة أخرى.

الفكرة الثانية تكمن في أن كل تكنولوجيا الإعلام والاتصال أو لنقل معظمها منظم على شكل شبكي، والشكل الشبكي يحكمه منطق التنظيم والنسق وصعوبة التجزيء وهو ما يجعل من هذه التكنولوجيا متراصة المكونات، متكاملة العناصر، ويمكن التأكد من ذلك من خلال استحضار نماذج الاتصالات والسمعي- البصري وكذلك المعلوميات.

الفكرة الثالثة هو أن الطبيعة التكاملية والنسقية لهذه التكنولوجيا فرضت نوعاً من التنظيم سمي نظريا بـ (الاحتكار الطبيعي) والذي معناه أن الطبيعة الاحتكارية للقطاعات التكنولوجية الإعلامية والاتصالية تفرض تكفل فاعل واحد بأمر تملكها وتسييرها.

الفكرة الرابعة هو أن البعد السياسي والجيوستراتيجي يأتي بالأساس من أخذ أن من يتحكم في المعلومة هو بالضرورة من يتحكم في الباقي... هو الأقوى نهاية المطاف سواء كان الظرف ظرف حرب أم كان ظرف سلام.

الفكرة الخامسة: البعد الاقتصادي لتكنولوجيا الإعلام والاتصال لا يأتي فقط من كونها تساهم بقوة في مسار التنمية الاقتصادية والاجتماعية ولكن أيضا وبالأساس في سياسات إعداد التراب الوطني وإزاحة التهميش عن المناطق النائية وما إلى ذلك.

الفكرة السادسة: هذه التكنولوجيا ستصبح في القرن المقبل مقياس تقدم الأمم وبارومتراً حقيقياً على مدى قابلية ثقافتها على مسايرة العصر ومسايرة تكنولوجيا العصر... ليس التلميح هنا إلى (الأمم البطيئة والأمم السريعة) ولكن أيضاً إلى ما بدأ يتكرس (كأمم فقيرة معلوماتيا وأمما غنية)... الخ.

الفكرة السابعة: نقل التكنولوجيا، قد يجوز كتقنيات لكنه من المستحيل كمعارف ومضامين وثقافة وكنظام قيم، لأن الأمم والثقافات نفسها لن تقبل هذه (التكنولوجيا)إذا كانت تعبر عن نظام قيم لا تصلح لمجتمعاتها. [23]

إن الحصول على المعلومة تتجه نحو المطلق في المدى، واللامتناهي في الخيارات لإتاحة توفير المعلومة في كل وقت وفي أي مكان، وأن مفاتيح إدراك المعلومة في عصر المعلومات، تعامل المجتمع الواعي مع عناصر التقنية العالية: الحوسبة، الاتصالات، والشبكات، والوسائط المتعددة، ولم يعد تبادل المعلومة في عصر الوسائط مقتصراً على استقبال المعلومة ذاتها، بل تواصل الأفراد معاً بالصوت والصورة وحتى الوجود الافتراضي معا في فات البيئة حيث أتاحت، مثلا، الافتراض التخيلي أو الحقيقة الوهمية أو التخيلية أو الافتراضيّة، أن ينتقل الإنسان إلى الوسط الذي يشاهد ويتفاعل مع عناصره أو أشخاصه.

معيار مجتمع المعلومات

لقد نبه لعملية التحول نحو مجتمع المعلومات المفكر توفلر (Toffler) في كتابه الثالث الموسوم تحول القوة (The power shift) الذي صدر في أوائل التسعينات، حيث أشار إلى قوة المعرفة، والذكاء الإنساني، والثورة المعلوماتية في معادلة القوة والسيطرة خلال القرن الحادي والعشرين.

إن التطور الكبير للمعلومات إنتاجاً وتوزيعاً واستخداماً خلال السنوات الأخيرة من القرن الماضي، واستثمار تقنيات الحواسيب والاتصال عن بعد وتقنيات المصغرات الفيلميّة والليزريّة، أدى إلى أن تصبح المعلومات صناعة كبيرة يدخل في الدخل القومي للدول واقتصادياتها.

وقد استخلص ويليام مارتين خمسة معايير له من خلال عدة دراسات حول مجتمع المعلومات قام بها باحثون أمريكيون ويابانيون وأوروبيون وهي:

1. المعيار التكنولوجي: تصبح تكنولوجيا المعلومات مصدر القوة الأساسية، ويحدث انتشار واسع لتطبيقات المعلومات في المكاتب والمصانع والتعليم والمنزل.

المعيار الاجتماعي: يتأكد دور المعلومات كوسيلة للارتقاء بمستوى المعيشة وينتشر وعي الكمبيوتر والمعلومات، ويتاح للعامة والخاصة معلومات على مستوى عال من الجودة.

2. **المعيار الاقتصادي:** تبرز المعلومات كعامل اقتصادي أساسي، سواء كمورد اقتصادي أو كخدمة أو سلعة وكمصدر للقيمة المضاعفة وكمصدر لخلق فرص جديدة للعمالة.
3. **المعيار السياسي:** تؤدي حرية المعلومات إلى تطوير وبلورة العملية السياسية وذلك من خلال مشاركة أكبر من قبل الجماهير وزيادة معدل إجماع الرأي.
4. **المعيار الثقافي:** الاعتراف بالقيم الثقافية للمعلومات (فاحترام الملكية الذهنية والحرص على حرمة البيانات الشخصية والصدق الإعلامي والأمانة العلمية) وذلك من خلال ترويج هذه القيم من أجل الصالح القومي وصالح الأفراد على حد السواء.[24]

وقد حاولت عديد من المؤسسات والهيئات الأكاديمية اقتراح عدد من المؤشرات من أجل قياس قدرة الدول والمجتمعات على دخول مجتمع المعلومات، ومن هذه المؤشرات مؤشر مجتمع المعلومات information society index المقترح من طرف IDC وTimes World وهو بالقياس للناتج الإجمالي المحلي والذي تقيس الثراء الاقتصادي، وهذا المؤشر المقترح يعطي فكرة عن قدرة وثراء المعلومات، وهو مؤشر مركب composite index متكون من 23 مقياساً موزعاً على أربع مجموعات:[25]

المجموعة الأولى: تهتم بالبنية التحتية الحاسبية وهي تتكون من 7 مقاييس هي الآتية:

- عدد الحواسيب لكل 100000 نسمة.
- عدد الحواسيب لكل 100000 أسرة.
- عدد الحواسيب في قطاعي الحكومة والتجارة لكل 100000 من اليد العاملة غير الزراعية.
- عدد الحواسيب لكل 1000 أستاذ.
- عدد الحواسيب لكل 10000 طالب.
- نسبة الحواسيب المرتبطة بالشبكات داخل المجتمع خارج المحيط الأسري.
- نسبة النفقات الخاصة بالبرمجيات Software مقارنة بالنفقات الخاصة بالعتاد Hardware.

المجموعة الثانية: فهي تشكل8 مقاييس، تعنى كلها بالبنية التحتية للمعلوماتية:

- عدد مشتركي الكوابل لكل 1000 نسمة.
- عدد مشتركي الهاتف القار لكل 1000 نسمة.
- عدد مشتركي الهاتف الجوال لكل 1000 نسمة.
- متوسط تكلفة دقيقة من المكالمات الهاتفية.
- عدد مشتركي الفاكس لكل 1000 نسمة.
- عدد مالكي جهاز راديو لكل 1000 نسمة.
- نسبة الخلل لكل خط هاتفي (متوسط).
- متوسط عدد الخطوط الهاتفية لكل أسرة.
- عدد مالكي جهاز تلفزيون لكل 1000 نسمة.

المجموعة الثالثة تهم بالبنية التحتية لشبكة الانترنت، وهي تشمل المقاييس التالية:

- عدد مستعملي الإنترنت ضمن اليد العاملة غير الزراعية.
- عدد مستعملي الإنترنت لكل أسرة.
- عدد مستعملي الإنترنت لكل 10000 طالب.
- عدد مستعملي الإنترنت لكل 1000 أستاذ.
- جملة نفقات تطبيقات التجارة الإلكترونية على العدد الإجمالي لمستعملي الإنترنت.

المجموعة الأخيرة: فهي تهتم بالجانب الاجتماعي وتتشكل من 5 مقاييس هي:

- الحريات الفردية.
- عدد قراء الصحف لكل 100000 نسمة.
- حرية الصحافة.
- نسبة المدرس على مستوى التعليم الثانوي.
- نسبة المدرس على مستوى التعليم العالي.

وقد تم تطبيق هذا المؤشر على 55 دولة، تشكل نشاطها في ميدان تقانات المعلومات والاتصال واقعيا 98% من نشاط 150 دولة، فكان ترتيب الأسبقية للدول الاسكندنافية على غيرها، حيث السويد الأولى في الترتيب، والنرويج الثانية، وفنلندا الثالثة، والدنمارك الرابعة.

والملاحظ أن غالبية الدول الصغيرة كانت في طليعة الترتيب، فهكذا، إلى الدول السابقة الذكر، كانت سويسرا في المرتبة السابعة، وسنغافورة في المرتبة التاسعة، وهولندا في المقام العاشر، وهونغ كونغ في المرتبة 15، وكانت كل هذه الدول ضمن المجموعة الأولى، أي أن مجموع نقاطها كان أكثر من 3500 نقطة.

أما الدول العربية التي وقع ترتيبها، فقد كانت ضمن المجموعة الثالثة، وأولها كانت الإمارات العربية وحدها (رتبة 28)، ومتوسط مجموع النقاط لهذه المجموعة بين 1000 و3000 نقطة، أما بقية الدول العربية الثلاث: السعودية والأردن ومصر، فقد كانت في المجموعة الرابعة، أي بمجموع نقاط بين 955 و1700.

وهكذا رتبت المملكة العربية السعودية في المرتبة 44، والأردن في المرتبة 50، ومصر في المرتبة 51 على 55 دولة.

الفجوة الرقمية

أشارت تقارير الأمم المتحدة إلى اتساع الفجوة المعلوماتية بين البلدان العربية والبلدان المتقدمة، وأوضح أن هناك نسبة 2.1% من المواطنين العرب يمتلكون حاسباً، ونصف هذا العدد يستخدم خدمة الانترنيت، وأشار التقرير إلى أن معظم الدول العربية ما عدا الإمارات والكويت يتساوى جميعها في درجة افتقارها لتقنية المعلومات والاتصالات.

وتوضح الاحصائيات [26] طبيعة مجتمعات المعلومات التي تستخدم الانترنيت، والفجوة الكبيرة في المجال التقني بين الدول المتقدمة والنامية.

عدد سكان العالم والإنترنت

يبلغ عدد سكان الكرة الأرضية لغاية تاريخ 31/ 12/ 2011م، نحو (6,930,055,154)، فيما يبلغ عدد مستخدمي الإنترنت حتى ذلك اليوم (2,267,233,742)، وهو ما يعني أن نسبة مستخدمي الإنترنت هي (32.7%)، وهذه النسبة ارتفعت بشكل تصاعدي، حيث كان عدد مستخدمي الإنترنت فيها (360,985,492)، وهو ما يعني أن استخدام الإنترنت ارتفع خلال السنوات الـ 11 الأخيرة بنسبة (528.1%).

البريد الإلكتروني:

3.146 مليار حساب بريد إلكتروني في جميع أنحاء العالم.

27.6% منها يسيطر عليها برنامج Microsoft Outlook الذي يؤخذ الأكثر شعبية.

19% من الرسائل تنتمي إلى نوع السبام.

112عدد الرسائل المرسلة والمستلمة يوميا من قبل المستخدم التابع للشركات المتوسطة.

360 مليون مستخدم لبريد الهوتمايل.

44.25$ عائدات الايميل الواحد المستخدم من خلال التسويق الإلكتروني.

مضي 40 سنة الآن من تاريخ إرسال أول بريد إلكتروني.

0.39% من الرسائل البريدية التي تضم ملفات خبيثة.

المواقع:

555 مليون موقع موجود الآن.

300 مليون موقع تم تصميمه سنة 2011

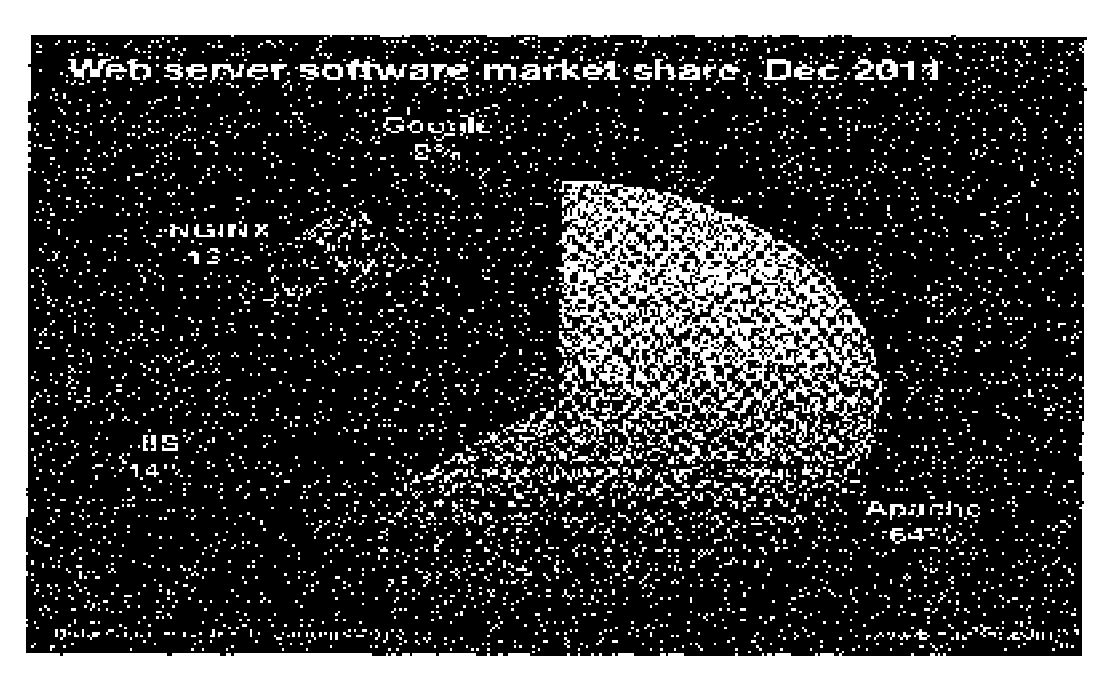
خوادم الويب أو الويب سيرفر:

239.1٪ نسبة نمو عدد مواقع الاباتشي في عام 2011

68.7٪ نسبة نمو عدد مواقع IIS في عام 2011 أيضاً

34.4٪ نسبة نمو عدد مواقع NGINX في عام 2011

80.9٪ نسبة نمو مواقع جوجل



شكل (4)

،internet, internet 2011, reports ،2011

أسماء النطاقات أو الدومين:

95.5 مليون عدد النطاقات دوت كوم com،

13.8 مليون عدد النطاقات دوت نت NET،

9.3 مليون عدد النطاقات org،

7.6 مليون info،

2.1 مليون biz،

220 مليون عدد النطاقات التابعة لأسماء البلدان

$2.6 مليون دولار مدخول النطاق الأكثر شعبية وهو com،

مستخدمي الإنترنت:

2.1 مليار عدد مستخدمي الإنترنت في جميع أنحاء العالم

922.2 مليون عدد مستخدمي الإنترنت في آسيا

476.2 مليون عدد مستخدمي الإنترنت في أوروبا

271.1 مليون عدد مستخدمي الإنترنت في أمريكا الشمالية

215.9 مليون عدد مستخدمي الإنترنت في أمريكا اللاتينية

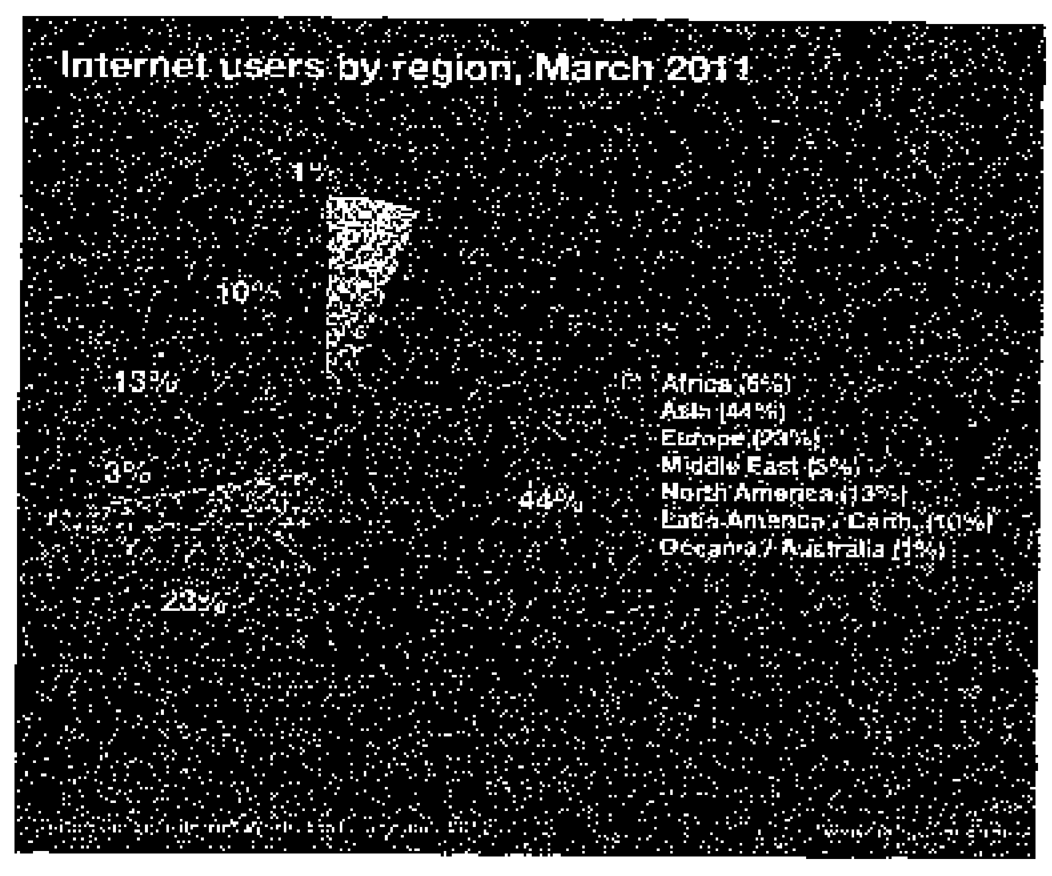
118.6 مليون عدد مستخدمي الإنترنت في إفريقيا

68.6 مليون عدد مستخدمي الإنترنت في الشرق الأوسط

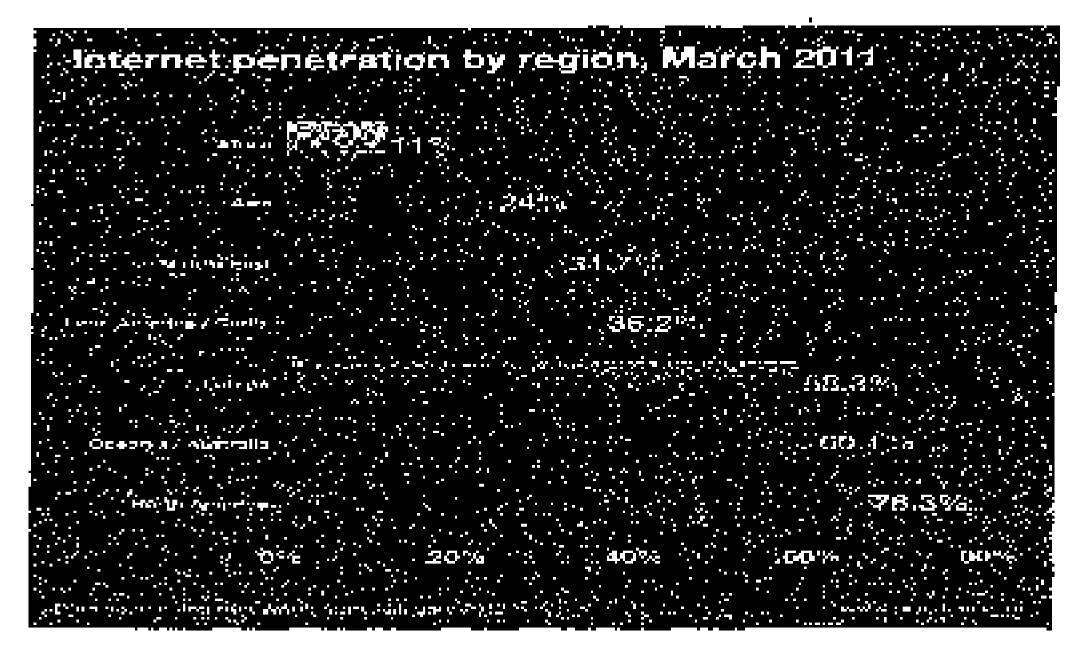
21.3 مليون عدد مستخدمي الإنترنت في أستراليا

45٪ من مستخدمي الإنترنت تقل اعمارهم عن 25 سنة

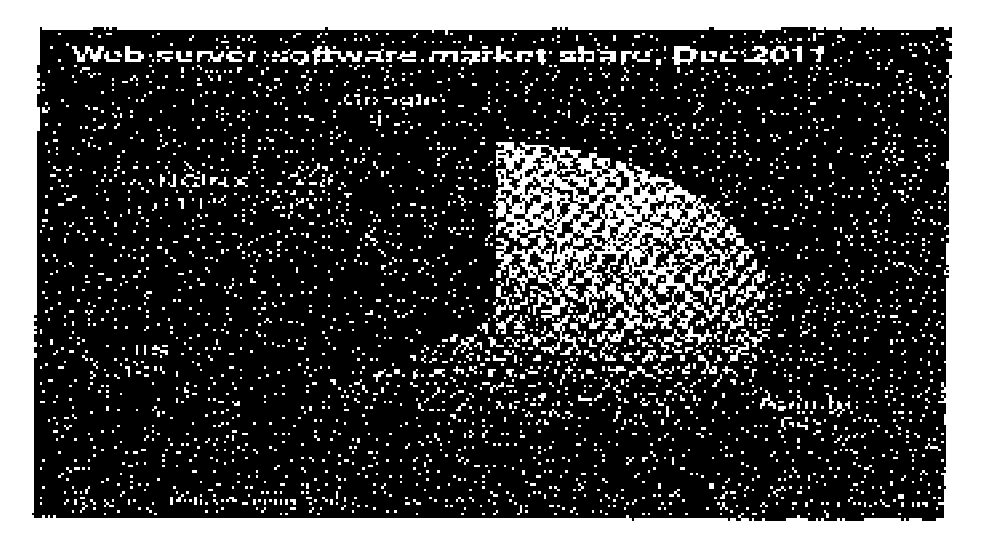
485 مليون عدد مستخدمي الإنترنت في الصين وهي أكثر من أي بلد آخر أي ما يشكل نسبة 36.3٪ من سكانها



شكل (5)



شكل (6)



شكل (7)

الشبكات الإجتماعية:

800 مليون مستخدم لموقع الفيس بوك بحلول نهاية 2011

200 مليون مستخدم جديد للفيس بوك سنة 2011

350 مليون مستخدم يسجلون الدخول إلى الفيس بوك عبر الهواتف الجوالة

225 مليون مستخدم لموقع التدوين المصغر تويتر

100 مليون حساب نشيط على تويتر سنة 2011

250 مليون عدد التغريدات كل يوم

تغريدة وائل غنيم كانت التغريدة الأكثر شعبية سنة 2011

39 مليون عد مستخدمي بلوجات Tumblr

مليار رسالة ترسل عبر تطبيق WhatsApp يومياً

2.6 مليار عدد حسابات الدردشة في أنحاء العالم

2.4 مليار حساب على الشبكات الاجتماعية

متصفحات الإنترنت:

الهواتف الجوالة:

5.9 مليار عدد مشتركي الهواتف الجوالة في جميع أنحاء العالم

85٪ من هذه الهواتف تتضمن متصفحات بحث

88٪ من الأجهزة اللوحية تحصل عليها جهاز الأيباد التابع لأبل

الفيديو:

بليار فيديو تم فتحه من اليوتيوب سنة 2011

140 متوسط عدد الفيديوهات المفتوحة من قبل الفرد الواحد

48 ساعة توقيت الفيديوهات المحملة كل دقيقة

82.5٪ نسبت المستخدمين الذين يفتحون الفيديوهات من الإنترنت في الولايات المتحدة

76.4٪ حصة اليوتيوب من سوق الفيديوهات

4,189,214 عد المستخدمين الجدد لموقع Vimeo

201.4 مليار فيديو يشاهد كل شهر

43٪ نسبة الفيديوهات المنشورة والمتبادلة من مواقع جوجل

الصور:

14 مليون حساب Instagram تم إنشاؤها خلال عام 2011

60 صورة متوسط عدد الصور التي تم تحميلها في الثانية على Instagram

100 مليار صورة على الفيس بوك خلال منتصف سنة 2011

51 مليون العدد الجملي للمستخدمين المسجلين على موقع فليكر

4.5 مليون عدد الصور التي يتم تحميلها كل يوم على فليكر

6 مليار صورة موجودة الأن على نفس الموقع

ومن الواضح أن استخدام الإنترنت في الدول العربية، على افتراض انه معيار للمقارنة، لا يمثل سوى نسبة محدودة تنحصر في مجالات الأعمال والمجالات العلمية والفكرية والنخبوية، أما في الولايات المتحدة الأمريكية، فنجد أن صغار السن الذين تصل أعمارهم إلى اثني عشر عاماً يستخدمون الانترنيت في منازلهم.[27]

ويمكن تكوين الثروة اليوم في السوق بواسطة المعلوماتية، أو عن طريق التفوق في حاصل الذكاء، وهذا ما حدث في تجارب عالمية كثيرة.

ففي الهند، هناك ثلاث ولايات إقليمية أصبحت مشهورة في إطار اقتصاد المعلوماتية، ذلك لأن هذه المناطق موصلة عبر الأقمار الصناعية بسنغافورة وبقية أنحاء العالم، أن بنجلور وحيدرآباد وبونا هي أشهر ثلاث مدن معلوماتية في الهند.

وكان بإمكان ماليزيا أن تكون دولة صناعية إلا أنها اختارت مجال آخر، وهو ما نسميه باقتصاد الوسائط المتعددة القائم على المعلوماتية حيث أحدثت ثورة في مجال المعلوماتية من خلال صياغة قوانين للمعلوماتية، وبناء بنية تحتية للاتصالات السلكية واللاسلكية على المستوى العالمي، وإصدار لائحة ضمانات للمستثمرين، وتطويرها لثمانية من أفضل التطبيقات الحاسبية، وإنشاء موزع غير محدود يتعلق بطريق المعلومات الفائقة السرعة، وأصبحت منطقة جنوبي العاصمة (كوالالمبور) عاصمة جديدة للمعلوماتية، كما أصبحت ماليزيا أول حكومة إلكترونية، لديها ثلاث فئات من القوانين تتيح لها أن تتفاعل مع بقية أنحاء العالم في مجال اقتصاد المعلوماتية بما في ذلك التطبيقات والبرمجيات التي تتيح خلق تقنيات الوسائط المتعددة، إضافة إلى إصدارها القوانين التي تتضمن حقوق الملكية والفكرية، والقوانين الخاصة بجرائم المعلوماتيه.[28]

كما نشاهد أيضاً أن الصين لم تعد تلك الدولة المعروفة بالصين فقط، بل أصبح لدينا الآن أكثر من صين، ونعني بذلك أقاليم الصين وعلى وجه التحديد داليان (Dalian) وشانتو (shantou) ومناطق شنغهاي، وهناك حوالي (30) منطقة في الصين تشبه سنغافورة.

بدأت الصين في تحرير قطاع أجهزة الاتصالات عام 1978، عندما سمحت بالاستيراد المباشر لأجهزة الاتصالات الأجنبية وشجعت تأسيس الشركات المساهمة مع شركاء أجانب من الرواد في هذا المجال، وحالياً، يعطي الإنتاج المحلي 15 في المائة على الأقل من سوق أجهزة الاتصالات عدا سوق المعدات والأجهزة المكتبية.

وتصنع الصين سنويا أكثر من 100 مليون جهاز هاتف منزلي، مما يفوق طلب السوق المحلية ويتيح الفرصة للتصدير، وفي مجال الأجهزة اللاسلكية لدى الصين أكثر من 100 مصنع لانتاج أجزاء ومعدات للهواتف المحمولة، ممول بالشراكة مع شركات عالمية مثل موتورولا، ونوكيا وإركسون وان سي وسيمنز وفيليبس.

والجدير بالذكر أن قدرة الصين على إنتاج معدات وأجهزة الاتصالات بأدنى التكاليف أتاحت لها تسجيل أعلى معدلات انتشار لخدمات الاتصالات في العالم.[29]

وبشكل عام أصبح الذكاء، وهو قاسم مشترك وملك مشاع بين الشعوب، المقياس الجديد لتقدم الأمم بعد أن كان المعيار هو مدى ما تملكه الأمم من ثروة المال أو ما تحتويه التربة من مادة أولية متفاوتة بين الشعوب غنى وفقراً، وبحسب المقاييس الجديدة لارتقاء الأمم، فإن الإنسانية تقف على عتبة سباق واحدة لتقفز الشعوب التي تهيئ كما ينبغي لمستلزمات الثورة الرقمية وتحسن استغلال ما يمكن أن توفره تكنولوجيا المعلومات والاتصال من منافع وآليات تساعد على حيازة مقعد ضمن مقاعد الأمم المتقدمة.

ولنذكر التجربة الهندية على سبيل المثال لا الحصر: إن الهند وهي المصنفة ضمن قائمة الدول الفقيرة النامية إذ يعيش 30٪ من مواطنيها بأقل من دولار واحد في اليوم، دولة غنية بذكاء أبنائها، فاستقطابها لصناعة تقنية المعلومات مكنها من أن تصبح، في سنة 2003، المصدّر الرئيسي للبرمجيات إلى معظم بلدان العالم وخاصة الدول المتقدمة منها، لقد استوعب هذا التصدير حوالي 62٪ إلى الولايات المتحدة الأمريكية و 30٪ إلى أوروبا، وتشير التوقعات الاقتصادية إلى أن قطاع تكنولوجيا المعلومات و الاتصال الذي يشهد سنويا نسبة نمو تفوق 40٪، سوف يكون مصدر نمو ناتجها المحلي الإجمالي بنسبة تتراوح بين 7 و 8 بالمائة، وحينها ستتخطى قيمة صادراتها في هذا المجال قيمة 60 مليار دولار سنويا، وهو مبلغ يزيد عن ميزانية عدة دول مجتمعة، ويعود السر في كل هذا النجاح إلى المراهنة على العقول الذكية إذ يشتغل حالياً حوالي مليونين ونصف مختص في صناعة البرمجيات، كما لا يجب أن ننسى أن 38٪ من العاملين في شركات وادي السليكون (Silicon Valley) بالولايات المتحدة الأمريكية هم من الهنود أو من أصل هندي، وأن حوالي ثلث كفاءات العالم المتخصصة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال هم كذلك من الهنود أو من أصل هندي.

هوامش الفصل الأول

1. حسن عماد مكاوي، د. ليلى حسين السيد، الأتصال ونظرياته المعاصرة، الطبعة الثالثة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2002، ص34- 35.
2. عصام سليمان موسى، ثورة وسائل الاتصال وانعكاساتها على مراحل تطور الإعلام العربي القومي، مجلة المستقبل العربي العدد(3)، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت 1996، ص 118- 119.
3. Charles Horton Cooley, Social Organization, Boston1909. P.63.
4. http://forum.arabia4serv.com/t50063.html#ixzz1yMf8LvsO
5. يحيى دريس، دور إقامة نظام وطني للمعلومات الإقتصادية في دعم متخذي القرار- حالة الجزائر، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير تخصص: إستراتيجية السوق في ظل اقتصاد تنافسي، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، 2005/ 2006، ص85-86.
6. محمد صالح الحناوي وآخرون، نظم وتكنولوجيا المعلومات في الأعمال في عصر التكنولوجيا، الدار الجامعية، مصر، 2004، ص ص296-298.
7. الشافعي منصور، مملكة العلم والتكنولوجيا، ايتراك للنشر، مصر، 2000، ص87.
8. عامر إبراهيم قنديلجي، إيمان فاضل السامرائي، تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها، الوراق، الأردن، 2002، ط1، ص160.
9. المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني، أساسيات نظم التشغيل، الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج، دعم فني، ص2.
10. مراد رايس، تكنولوجية المعلومات على الموارد البشريةفي المؤسسة، رسالة ماجستير في علوم التسيير فرع إدارة الأعمال، جامعة الجزائر2005/ 2006، ص29.
11. للمزيد من التعاريف الخاصة بمفهوم تكنولوجيا المعلومات: أنظر حسن عماد مكاوي، ومحمود سليمان علاء الدين، تكنولوجيا المعلومات والاتصال، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة 2000.

12. نبيل علي، العرب وعصر المعلومات، عالم المعرفة، العدد(253)، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت1994، ص 72-71.

13. http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%82%D8%A7%D9%86%D8%A9

14. لمزيد من التفاصيل، انظر:

- معن النقري، الوطن العربي والهوة التقنية – المعلوماتية- الاتصالية، قضايا استراتيجية، العدد14، سبتمبر 2002.
- Marcus Fanda, Internet Development and Politics in Five World Regions (London: Lynne Rienner Publisher, 2002

15. فضيل دليو: الاتصال: مفاهيمه، نظرياته، وسائله، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2003، ص 174.

16. بومعيل سعاد، فارس بوباكورة: أثر التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية، مجلة الاقتصاد والمناجم تت، جامعة تلمسان، العدد 03، مارس 2004، ص 205.

17. ورقة عمل حول مجتمع الإعلام، وثيقة عمل مقترحة من منظمة المؤتمر الإسلامي إلى مؤتمر القمة العالمي جنيف 2003 –تونس 2005، نقلا عن الموقع الإلكتروني:

http://www.itu.int/dms_pub/itu-s/md/03/wsispc2/cs03wsispc2-c-0067!!msw-a.doc-

18. مالك علاوي، مرجع سابق، ص 51

19. http://etudiantdz.net/vb/t23904.html

20. http://www.elyahyaoui.org/souk_arbaa.htm

21. نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات، عالم المعرفة، العدد(184)، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت 1994 ص80-81.

22. أنظر للتفاصيل:

- Partnership Initiatives for Regional Integration,;Proceeding of western Asia preparatory

- Conference,E/ESCWA,February2003،E/ESCWA/ICTD/2003/ WG.I/CRP. 9.OP.cit.p.

23. http://www.tech-wd.com/wd/2012/01/19/internet2011/24-26
24. نبيل علي، العرب وعصر المعلومات، عالم المعرفة العدد 184، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت 1994، ص277.
25. أمين القلق، مجتمع المعلومات في البلدان العربية - حالة دراسية، ورقة مقدمة إلى إدارة برامج العلوم والبحث العلمي في المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، ص63.
26. أنظر للتفاصيل:

- مركز الإمارات للدراسات والبحوث، هكذا يصنع المستقبل، مجموعة كتاب، أبوظبي 2001، ص155-166.
- The Global Information Technology Report, Readiness for the Networked society, World Economic، Forum, INSEAD, Infodev. 2002 – 2003.

الفصل الثاني

مجتمع المعلومات وصناعة المعرفة

مقدمة عامة،،،

على الرغم من تداول مصطلح مجتمع المعلومات إلا أنه يحمل مفاهيم غير واضحة أحياناً، وغير متفق عليها، وقد شهد العالم عبر تاريخه الطويل تطورات متلاحقة وتحولات كبيرة في طرق وأساليب الحياة والمعيشة، وقد استجدت لديه احتياجات عديدة فبعد أن كان يعتمد على الزراعة لمدة من الزمن تحول إلى الصناعة من أجل تلبية احتياجاته حيث شهدت الثورة الصناعية الكبرى الأولى في القرن الثامن عشر، الذي تميز بالتخلي عن الآلات اليدوية بعد اختراع الآلات البخارية وأساليب التعدين، وبدأت الموجة الثانية للثورة الصناعية بعد مرور عصر واحد على ذلك عندما تم استحداث الكهرباء والمحركات ذات الاحتراق الداخلي والمواد الكيميائية المستحدثة بواسطة الأبحاث العلمية وعمليات صب الصلب الفعالة، وتكنولوجيا الاتصال الأولى كنظم التلغراف والهاتف والبريد وقد أفضت الموجة الأولى إلى الثورة الزراعية والموجة الثانية إلى الثورة الصناعية التي سمحت بإتباع سبل الاستدلال والمنهجيات العلمية النسقية والمنظمة، أما العصر الحالي فهو يخضع للمعايير ويتميز بظهور تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، فسمات المجتمع وخصائصه المتغيرة، وكذلك نظامه المتغير، تؤدي على وجه التحديد وبكل وضوح إلى نشأة مجتمع المعلومات والمعرفة.

وهناك تطوران أساسيان كانا سبب قيام مجتمع المعلومات وهما:

أ) التطور الاقتصادي طويل الأجل:-

حيث اعتمد كل مجتمع على مقومات ثابتة وأساسية مثل اعتماد المجتمع الزراعي على الأرض والحيوانات والماء... الخ، والمجتمع الصناعي على رأس المال والمواد الخام والطاقة... الخ، ثم جاء بعد ذلك دور المعلومات وشبكات الحاسبات ونقل البيانات ونظم الاتصالات والبرمجيات لتكون اول أسباب أو دعائم مجتمع المعلومات.

ب) التطور التكنولوجي:

إن لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات تأثير كبير على النمو الاقتصادي، وان للصناعات المتمدة على المعلومات مثل صناعة الحاسبات الآلية والبرمجيات ونظم الاتصالات والأقمار الصناعية... الخ، دور كبير وفعال على المجتمع والمتواجدين فيه.

وتشير معظم الوثائق الدولية[1] لمجتمع المعلومات الى الحق في الاتصال كأساس جوهري لمجتمع المعلومات، وكما ورد في المادة 19 من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، أن لكل فرد الحق في حرية الرأي والتعبير؛ وأن هذا الحق يشمل حرية اعتناق الآراء دون أي تدخل، واستيقاء الأنباء والأفكار وتلقيها وإذاعتها بأية وسيلة كانت دون تقيد بالحدود الجغرافية، ذلك لأن الاتصال عملية اجتماعية مهمة، وحاجة إنسانية أساسية، وهو أساس كل تنظيم اجتماعي، وهو محور مجتمع المعلومات، وينبغي لكل فرد في كل مكان أن تتاح له الفرصة للمشاركة، ولا ينبغي استبعاد أحد من الفوائد التي يقدمها مجتمع المعلومات، كما اشارت المادة 29 من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان على كل فرد واجبات نحو المجتمع الذي يتاح فيه وحده لشخصيته أن تنمو نمواً حراً كاملاً، وأن الفرد يخضع في ممارسته حقوقه وحرياته لتلك القيود التي يقررها القانون فقط لضمان الاعتراف بحقوق الغير وحرياته واحترامها ولتحقيق المقتضيات العادلة للنظام العام والمصلحة العامة والأخلاق في مجتمع ديمقراطي، ويجب ألاّ تمارس هذه الحقوق والحريات البتة بما يخالف مقاصد ومبادئ الأمم المتحدة.

ولابد من الاقرار بأن العلوم لها دور مركزي في تطوير مجتمع المعلومات، فالكثير من العناصر المساهمة في بناء مجتمع المعلومات إنما هي حصيلة خطوات التقدم العلمي والتقني التي تحققت بفضل تبادل نتائج البحوث، كما علينا الاعتراف بأن التعليم والمعرفة والمعلومات والاتصالات هي بؤرة تقدم البشرية ومساعيها ورفاهها، وعلاوة على ذلك فإن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تؤثر تأثيراً هائلاً على جميع مظاهر الحياة تقريباً، كما أن سرعة تقدم هذه التكنولوجيات تكشف عن فرص جديدة كلياً لبلوغ مستويات أرفع من التنمية، وقدرة هذه التكنولوجيات على تذليل العديد من العقبات التقليدية، وخصوصاً ما يتعلق باختصار الزمن والمسافات، تجعل من الممكن ولأول مرة في التاريخ تسخير إمكانات هذه التكنولوجيات لصالح الملايين من الناس في جميع أرجاء المعمورة.

مفهوم مجتمع المعلومات

رفض بعض الباحثين مصطلح(مجتمع المعلومات)؛ لأن صناعة المعلومات أبرز ما يميز هذه الفترة، رغم أهمية المعلومات بشكل واضح في الحياة المعاصرة فانها ليست أكثر من ظاهرة أخرى كالسيارات والكهرباء، ويرى الكاتب (محمد السيد سعيد) مصطلح مجتمع المعرفة أرقى من مجتمع المعلومات؛ لأن مصطلح المعلومات غامض فليس هناك معلومات خام تسير بدون منظومة فكرية ما أما المعرفة فهي منظومة من البيانات ذات دلالة ومعنى، لأننا لا ننشد المعلومات بذاتها وإنما لما فيها من دلالة ومعنى (مجتمع المعلومات والمعرفة)، يأتي مجتمع المعلومات بعد مراحل متعددة مر بها التاريخ الإنساني، وتميزت كل مرحلة بخصائص ومميزات، حيث شهدت الإنسانية من قبل، تكنولوجيا الصيد ثم تكنولوجيا الزراعة، وبعدها تكنولوجيا المعلومات، التي رسمت الملامح الأولى لمجتمع المعلومات هذا الأخير تميز بالتركيز على العمليات التي تعالج فيها المعلومات، والمادة الخام الأساسية به هي المعلومة، التي يتم استثمارها بحيث تولد المعرفة، معرفة جديدة، وهذا عكس المواد الأساسية في المجتمعات الأخرى، حيث تنضب بسبب الاستهلاك، أما في مجتمع المعلومات فالمعلومات تولد معلومات، مما يجعل مصادر المجتمع المعلوماتي متجددة ولا تنضب الأمر الذي يفسر أهمية المعلومات، ومكانتها كأهم مادة أولية على الإطلاق وهو ما يجعل المجتمع الجديد يعتمد في تطوره بصورة أساسية على هذا المورد، وشبكات الاتصال والحواسيب، ويتميز بوجود سلع وخدمات معلوماتية لم تكن موجودة من قبل، إلى جانب اعتماده بصفة أساسية على (التكنولوجيا الفكرية) أي تعظيم شأن الفكر والعقل الإنساني بالحواسيب، والاتصال والذكاء الاصطناعي ونظم الخبرة.

وقد مرّ مجتمع المعلومات بعدة مراحل متعددة مر بها التاريخ الإنساني، وتميزت كل مرحلة بخصائص ومميزات، حيث شهدت الإنسانية من قبل، تكنولوجيا الصيد ثم تكنولوجيا الزراعة، وبعدها تكنولوجيا المعلومات، التي رسمت الملامح الأولى لمجتمع المعلومات، وهذا الأخير تميز بالتركيز على العمليات التي تعالج فيها المعلومات، والمادة الخام الأساسية به هي المعلومة، التي يتم استثمارها بحيث تولد المعرفة، معرفة جديدة، وهذا عكس المواد الأساسية في المجتمعات الأخرى، حيث تنضب بسبب الاستهلاك، أما في مجتمع المعلومات، فالمعلومات تولد معلومات، مما يجعل مصادر المجتمع المعلوماتي متجددة ولا تنضب[2].

ونقصد بمجتمع المعلومات جميع الأنشطة والتدابير، والممارسات المرتبطة بالمعلومات، إنتاجاً، ونشراً، وتنظيماً، واستثماراً، ويشمل إنتاج المعلومات، أنشطة البحث والجهود الإبداعية والتأليف الموجه لخدمة الأهداف التعليمية والتثقيفية.[3]

ويتضمن (مفهوم مجتمع المعلومات) حسب دومينيك فولتون خمسة تناقضات رئيسية تحيل لمسائل مغيبة:

1. سلعنة المعلومات: ايّ إن المعلومات والمعرفة أخذت شكل سلعة تباع وتشترى.
2. المسالة الاجتماعية التي تهم طبيعة العلاقات الاجتماعية التي تنتجها التكنولوجيات الحديثة، فالوسائل الاعلامية (القديمة) (الاذاعة والتلفزيون والصحافة) ساهمت في تاسيس فضاء رمزي جماعي، ونظام للوساطة الاجتماعية يشكل الية رئيسية للانتماء الاجتماعي، أما منطق التكنولوجيا الحديثة فهو تجزيئي غير جامع، وقد يهدد العلاقة الاجتماعية.
3. مسالة الوساطة الثقافية، فالخطاب حول التكنولوجيات الحديثة يبشر بمجتمع يتحرر فيه الفرد من القيود الاجتماعية والمؤسساتية في حين ان اجتماعية الانسان تفترض أن تتأسس العلاقة الاجتماعية على وساطة بشرية ومؤسساتية.
4. كما يقدم الخطاب حول (مجتمع المعلومات) المجال الاتصالي كفضاء للحرية الكاملة تختزلها صورة الابحار، وكأن مستعمل الانترنت ذاته تتلذذ بمتعة البحث والحصول على المعلومات ولا تخضع لاكراهات عديدة، واخيراً فأن الكثرة المعلوماتية تحمل في طياتها نقيضها، اذ يكتشف مستعمل الشبكة إن هذه الكثرة تعني ابتذالاً للمعلومات نفسها وان عليه ان يجتهد للهروب من هذا التدفق الهائل للمعلومات الذي اصبح بلا معنى[4].

ومصطلح مجتمع المعلومات أو مجتمع المعرفة أصبح من بين المصطلحات الشائعة في وسائل الإعلام الجماهيرية والدوريات العلمية، ويستخدم المؤلفون هذه المصطلحات للدلالة على مصطلحات مثل عصر المعلومات والحاسبات، وعصر الاتصالات، وثورة المعلومات الرقمي والالكتروني، والمفهوم الاكثر شيوعاً وتطبيقاً هو اعتماد مجتمع المعلومات والمعرفة أساساً على التطورات التكنولوجية المتسارعة، في الحاسبات والاتصالات والتي افرزت مجتمع المعلومات الكوني.[5]

كما يوجد الكثير من المفاهيم والتعاريف عن مجتمع المعلومات منها: [6]

1. المجتمع الذي يعمل معظم أفراده بإنتاج المعلومات أو جمعها أو اختزانها أو معالجتها أو توزيعها.
2. المجتمع الذي يعتمد أساساً على المعلومات الوفيرة كمورد استثماري وكسلعة إستراتيجية وكخدمة، وكمصدر للدخل القومي، وكمجال للقوى العاملة.
3. المجتمع الذي يعتمد في تطوره بصفة رئيسية على المعلومات والحاسبات الآلية وشبكات الاتصال، أي الاعتماد على التكنولوجية الفكرية التي تضم سلعاً وخدمات جديدة، مع التزايد المستمر للقوة العاملة المعلوماتية التي تقوم بإنتاج وتجهيز ومعالجة ونشر وتوزيع وتسويق هذه السلع والخدمات.

ونحن نميل إلى القول بأن مجتمع المعلومات هو (المجتمع الذي يعتمد في تطوره بصورة أساسية على المعلومات وشبكات الاتصال والحواسيب، أي التقنية الفكرية التي تضم سلعاً وخدمات جديدة، إضافة إلى التزايد المستمر في القوة العاملة المعلوماتية)، وبمعنى آخر تعظيم شأن الفكر والعقل الإنساني بالحواسيب والاتصال والذكاء الاصطناعي Expert System، يضاف إلى ذلك إن فكرة مجتمع المعلومات تعني إن هذا المجتمع يعتمد على استخدام المعلومات، وليس على إنتاج المعلومات فحسب، لأنه من الضروري توافر أساليب فنية مستحدثة تسمح للناس بصفة عامة، وللباحثين بصفة خاصة، بمسايرة ومواكبة النمو المتزايد في المعلومات.

وأثبتت السنوات الأخيرة من العقد الأخير للقرن العشرين وخاصة منذ الولوج في المرحلة الثالثة من ثورة الانترنت التي انطلقت أولاها في أواخر الستينات بالولايات المتحدة الامريكية وامتدت منذ ابتكار الشبكة العنكبوتية (الويب) سنة 1989 وأدواتها ولغاتها وبرمجياتها في أواخر الثمانينات، بأن العولمة، عولمة الاعلام والاتصال آخذة في التنوع والانتشار في مختلف اصقاع المعمورة، مبحرة على امواج التقانات الجديدة وآلياتها.

وهكذا تم تعريف الجيل الأول من مجتمعات المعلومات بكونه المجتمع المستعمل بكثافة لتقانات المعلومات والاتصال في مختلف الانشطة البشرية والذي يعتمد على نسبة عالية من التشابك ضمن بنية تحتية متطورة، أما الجيل الثاني من مجتمع المعلومات فهو يتعدى

المستوى الثقافي ليهدف إلى تشييد مجتمع مبدع من خلال التفاعل الشبكي وهذا الجيل يهدف إلى المزج بين العوامل التقنية والعوامل البشرية والفكرية سواء على مستوى الفردي أو الجماعي.

ولقد برزت جملة من المؤشرات لقياس مدى نجاح البلدان في تحقيق هدف بناء مجتمع للمعلومات مفتوح للجميع وفي خدمة الجميع أي مجتمع تضيق فيه تدريجياً الفجوة الرقمية داخل البلد وبالمقارنة مع بقية البلدان.(7)

ويشكل قطاع المعلومات في مجتمع المعلومات المصدر الأساسي للدخل القومي والعمل والتحول البنائي، ففي الولايات المتحدة فأن قطاع المعلومات ينتج حوالي نصف الدخل القومي وفرص العمل، وتظهر اقتصاديات الدول المتقدمة في أوروبا ان حوالي 40 بالمائة من دخلها القومي قد أنبثق من أنشطة المعلومات في منتصف السبعينات.

وباختصار فأن مجتمع المعلومات هو المجتمع الذي يتاح فيه لكل فرد حرية إنشاء المعلومات والمعرفة والنفاذ إليها والاستفادة منها وتقاسمها ونشره التمكين الأفراد والمجتمعات والشعوب من تحسين نوعية الحياة وتحقيق ذواتهم الكاملة، وهي مجتمعات تؤسس على مبادئ العدالة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية وعلى المشاركة الكاملة للشعوب، ومجتمعات معلومات واتصالات تكون فيها التنمية محاطة بإطار من حقوق الإنسان الأساسية وموجهة نحو تحقيق توزيع للموارد أكثر إنصافاً بما يؤدي إلى استئصال الفقر بطريقة غير استغلالية وصالحة لتنمية المجتمع بيئياً.

مراحل مجتمع المعلومات

يشير (برنار مياج) في محاولته لتاسيس مقاربة نقدية لمفهوم (مجتمع المعلومات) ان الجدل النظري حول المسالة يعود الى نهاية الستينات حيث حاول بعض المفكرين من امثال الامريكي دانيال بال والفرنسي الان توران(Touranie Alain) والياباني يوناجي ماسودا (Masuda Yoneji) فرض فكرة (التحول المجتمعي) بمعنى نهاية (المجتمع الصناعي) أو (مجتمع الاستهلاك) ويشير مفهوم (مجتمع المعلومات) من هذا المنطق إلى حركية فكرية لأوساط تتكون من اكاديميين واصحاب القرار يتميز تفكيرهما المجتمعي بما يسمى التحليل

المستقبلي، وقد قام باحثون كثيرون بعملية نقد (مجتمع المعلومات) (كاسطورة) وكايديولوجية تعلن قيام مجتمع مختلف جذرياً عن المجتمعات السابقة اذ لم ينشا مفهوم (مجتمع المعلومات) من عدم ولا تأتي كونيته من انه ظاهرة واقعية يعيشها الجميع، بل هناك كما يقول ارمان ماتلار (مصنعا ينتج خيالا حول المعلومات) منذ السبعينات وبالتحديد منذ سنة 1975 حيث ظهر مصطلح (مجتمع المعلومات) في أدبيات منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (OCDE).[8]

ويكثر الحديث في السنوات الأخيرة عن موضوع الفجوة الرقمية، آخذاً في الحقيقة (الثورة) الهائلة التي يعيشها العالم في وسائل الاتصال والمعلومات الى حد يجوز معه الحديث عن (ثورة نزعية)، فليس مبالغة القول إن صناعة الاسطوانة المدمجة التي يمكن أن تخزن الآف المعلومات لا تقل أهمية عن اكتشاف الإنسانية الخط أو المطبعة، بحكم ما توفره من سرعة في الوصول إلى المعلومات المطلوبة خاصة إذا ما ترافق ذلك مع الارتباط بالطرق السريعة للمعلومات[9].

ويمكن القول بأن الإنسانية ليست متساوية من حيث الاستفادة من الثورة الرقمية ومن التقدم التكنولوجي والاتصالي الهائل، مثلما لم تكن متساوية من قبل من حيث الاستفادة من الثورة الصناعية والتكنولوجية بدليل ان اوروبا وأمريكا كانتا دائما أكثر استفادة وأوفر حظاً من بقية المناطق الجغرافية في العالم.

وللتدليل على ذلك نشير إلى أن نسبة الاستفادة من خدمات الإنترنت وإمكانياته تصل في الولايات المتحدة الامريكية إلى ما يفوق 85٪، في حين تصل النسبة ذاتها في فرنسا – وهي قوة متوسطة – الى حد 65٪، اما في المنطقة العربية فأن نسبة الاستعانة بالإنترنت لا تتجاوز في أفضل الحالات 10٪ في اقطار مثل مصر والامارات العربية[10].

وحسب رأي أحد الباحثين العرب فإن (عصر المعلومات) يجعلنا نقترب من الأشكال الاجتماعية والسياسية لمجتمع الصيد والجني **and Hunting Society** **Gathering** الذي يقوم نظامه على صيد الحيوانات وجني البذور والفواكه والحشرات دونما ارتباط بالارض أواخذ لمفهوم المكان[11]، وقد الغت بالفعل وسائل الاتصال في زمن (المعرفة المعولمة) كل (هوية جماعية قائمة على الحضور المشترك)، وأحدثت أشكالاً جديدة من

التجمعات والاتصالات والروابط والممرات للوصول إلى المعلومات، ولكن هذه النظرة ليست حتمية شاملة، إنها كالشجرة التي تخفي واقعاً معقداً سماته الأساسية (النخبوية) وذلك لوجود:

1. وضعية تتسم بالتمركز والتركيز التكنولوجي والتحكم القانوني.
2. تفاوت مذهل أو هوة عميقة بين المجتمعات من حيث القدرة على إنتاج المعلومات والتحكيم فيها وفي حسن توظيفها.
3. هشاشة البنية الوطنية للمعلومات في دول الهامش وهو ما يكرس واقع اللاتساوي العالمي في مجال الاستفادة من التدفق الإعلامي والمعلوماتي بين الشمال والجنوب.
4. الامية الأبجدية والعلمية والثقافية والأمية الحاسوبية أو الرقمية بصفة اخص المتفشية في الدول النامية.[12]

وتشكل مقاربة (مجتمع المعلومات) كأيديولوجية اتجاهاً نظرياً هاماً لدى الباحثين في علوم الإعلام والاتصال، ويعيب هؤلاء على المفهوم ضبابيته التي خلقت نوعاً من (الوهم الثقافي) يعتقد بسببه الناس انهم يعيشون حقا في (مجتمع المعلومات)، كما تواجه المقاربة النقدية بشرى (مجتمع المعلومات) التي تعد الإنسان بالرفاه في جميع مجالات حياته المادية والروحية (العمل، الصحة، الادارة، التعليم، التواصل)، حيث تنظر المقاربة النقدية إلى هذه الوعود على أساس انها تخفي مصالح وأهدافاً معينة، كما انها ترفض النظر إلى تأثيرات تكنولوجيات الإعلام والاتصال من منطلق أنها تؤدي الى قطيعة أو ثورة مجتمعية شاملة يتجها الانتقال من نموذج مجتمعي إلى آخر، كما أن وعود الخطاب الأيديولوجي حول مجتمع المعلومات تتجاهل تعقد السياقات السياسية والاجتماعية والثقافية لظاهرة التحول المجتمعي، فالخطاب الأيديولوجي حول (مجتمع المعلومات) يختزل ظاهرة التواصل الانساني في بعدها التقني المحض متناسياً تعقد هذا التواصل ومكانة القيم الثقافية في تحديده، ذلك أن امتلاك تقنيات الاتصال لا يؤدي حتما إلى التفاهم بين الأشخاص.[13]

خصائص مجتمع المعلومات

هناك ثلاث خصائص رئيسة أساسية تتحكم في مجتمع المعلومات:

الخاصية الأولى: استخدام المعلومات كمورد اقتصادي حيث تعمل المؤسسات والشركات على استغلال المعلومات والانتفاع بها في زيادة كفاءتها وهناك اتجاه متزايد نحو شركات المعلومات لتعمل على تحسين الاقتصاد الكلي للدولة.

الخاصية الثانية: هي الاستخدام المتنامي للمعلومات بين الجمهور العام، حيث يستخدم الناس المعلومات بشكل مكثف في أنشطتهم كمستهلكين وهم يستخدمون المعلومات أيضاً كمواطنين لممارسة حقوقهم ومسؤولياتهم، فضلاً عن إنشاء نظم المعلومات التي توسع من إتاحة التعليم والثقافة لأفراد المجتمع كافة، وبهذا فإن المعلومات عنصر لا غنى عنه في الحياة اليومية لأي فرد). (14)

الخاصية الثالثة: هي ظهور قطاع المعلومات، كقطاع مهم من قطاعات الاقتصاد، إذ كان الاقتصاديون يقسمون النشاط الاقتصادي تقليدياً إلى ثلاثة قطاعات هي: الزراعة، الصناعة، الخدمات.

وعلماء الاقتصاد والمعلومات يُضيفون إليها منذ الستينات من القرن الماضي قطاعاً رابعاً وهو قطاع المعلومات، حيث أصبح إنتاج المعلومات، وتجهيزها وتوزيعها (معالجتها) نشاطاً اقتصادياً رئيسياً في العديد من الدول.

منظورات وقطاعات مجتمع المعلومات:

يمكن تقسيم قطاع المعلومات إلى ثلاثة قطاعات رئيسية على النحو التالي:

القسم الأول: صناعة المحتوى المعلوماتيinformation:

تتم هذه الصناعة عن طريق المؤسسات في القطاعين العام والخاص التي تنتج الملكية الفكرية عن طريق الكتاب والملحنين، والفنانين والمصورين بمساعدة المحررين والمخرجين،

وهؤلاء يبيعون عملهم للناشرين والإذاعات والموزعين وشركات الإنتاج التي تأخذ الملكية الفكرية الخام وتجهزها بطرق مختلفة ثم توزعها وتبيعها لمستهلكي المعلومات، وبالإضافة إلى عملية إبداع المعلومات هناك جزء كبير من هذا القسم لا يركز على أبدع المعلومات وإنما يهتم بجمع المعلومات مثل جمع الأعمال المرجعية وقواعد البيانات والسلاسل الإحصائية.

القسم الثاني: صناعة وتسليم أو بث المعلوماتinformation-delivery:

إن القسم الثاني من صناعة المعلومات هو المعني بالتسليم، أي إنشاء وإدارة شركات الاتصال والبث التي يتم من خلالها توصيل المعلومات، وهي تشمل شركات الاتصال بعيدة المدى، والشركات التي تدير شبكات التلفزيون الكابلي وشركات البث بالأقمار الصناعية ومحطات الراديو والتلفزيون، وهناك مجموعة أخرى من المؤسسات التي تتولى استخدام هذه القنوات وغيرها لتوزيع المحتوى، وهذا مثل بائعي الكتب والمكتبات وشركات الإذاعة.

القسم الثالث: صناعة ومعالجة المعلومات information-processing:

تقوم هذه الصناعة على منتجي الأجهزة ومنتجي البرمجيات، ويتولى منتجي الأجهزة تصميم وصناعة وتسويق الحواسيب وتجهيزات الاتصالات بعيدة المدى والإلكترونيات، وهم يتمركزون في الولايات المتحدة وشرق أسيا، أما فئة منتجي البرمجيات فهي تقدم لنا نظام التشغيل Windows.Dos.Unix كما تقدم لنا نظم حزم التطبيقات مثل معالجة الكلمات وألعاب الحاسوب.

وتشمل منظورات مجتمع المعلومات ما يلي:

1. **المنظور الاقتصادي:** إن جوهر هذا النموذج هو أن المعلومات ينظر إليها على أنها سلعة فهي مادة للتجارة وذلك من خلال الشكل المادي الذي تتاح فيه المعلومات مثال الكتاب أو المجلة، وهناك رأي خاص بالعالم ما كلوب Machlup يرى أن قطاع المعلومات هو قطاع صناعات المعرفة والتي تضم الأقسام التالية: التعليم البحوث والتنمية الاتصالات آلات العمل خدمات المعلومات.

2. **المنظور التكنولوجي**: أدى ظهور الحاسبات الالكترونية وأهمها الحاسب الشخصي ثم انتشار الإنترنيت التي أصبحت في متناول الجميع في تطور مجتمع المعلومات وذلك من خلال حاجة هذا الأخير إلى تكنولوجيا حديثة للمعلومات، ويرى الكاتب الياباني مسودا: أن التطور التكنولوجي هو القائد الأساسي للتغير الاجتماعي ويرى أن مجتمع المعلومات مرتبط أساساً بتكنولوجيا المعلومات.
3. **المنظور السوسيولوجي**: يرى عالم الاجتماع بيل أن المجتمع يتغير بصفة أساسية تحت تأثير استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، حيث أشار الى نشأة نظام اجتماعي وقسمها إلى:

- القوى العاملة في المعلومات في المجتمع ما بعد الصناعي.
- تدفق المعلومات.
- الحاسبات وثورة المعلومات.

4. **المنظور متعدد الأبعاد**: يشير هذا النموذج إلى أنه لا يوجد تفسير واحد متفق عليه فقربنا الشديد من الظاهرة هو مسألة صعبة تحاول فهمها، فإذا كان المجتمع متعدد الأوجه فالمعلومات أيضاً، فالظاهرة يجب أن تدرس بنظرية متعددة الأبعاد فلا يمكن اخذ التكنولوجيا القائد الوحيد للتغير فالمجتمع المعلوماتي ظاهرة اجتماعية أيضاً. [15]

العلاقة بين مجتمع المعلومات ومجتمع المعرفة

إن الإشارة إلى عصر المعلومات ليست وصفاً دقيقاً للعصر الذي نعيشه، فالإنسان يبني زاده العلمي، في البداية، من خلال بيانات (*Données*) يتلقاها باستمرار في شكل رموز وشواهد وغيرها، وهي كثيرة ومتفرقة وليست في بعض الأحيان مفيدة عندما تستخدم بصفة منفردة، ثم يتم تحويلها إلى معلومات (Informations) استناداً إلى معايير تتيحها مجموعة معارف أو ما نسميها عادة قاعدة معرفة (Base de connaissance) ناتجة عن تراكم خبرات ومهارات وقدرات وقيم إنسانية، كما يقصد بالمعرفة تفسير المعلومات استناداً إلى قاعدة المعرفة بما يتيح الفهم الواضح للحقائق والطرق والأساليب والمبادئ وإمكانية تطبيقها عند ممارسة الأنشطة والأعمال، وعن طريق الدمج والمقاربة بين المعلومات المتوفرة وقاعدة المعرفة، يمكن خلق معارف جديدة تضاف بدورها إلى قاعدة المعرفة القائمة، وبذلك

يتنقل الإنسان في حركة ديناميكية بين البيانات والمعلومات والمعرفة لتحويل البيانات إلى معرفة وتفسير المعلومات وإثراء زاده المعرفي، والفرد في مجتمع المعلومات هو الذي يستخدم وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال استناداً إلى قاعدة معرفة لا يشارك بالقدر الكافي في إثرائها بمعارف جديدة، في حين أن فرد مجتمع المعرفة يتميز بحسن استغلال تلك الوسائل وتوظيف قدراته لإثراء قاعدة المعرفة وتوسيع خبرته وتحسين مهارته.[16]

وتعد المعرفة دعامة رئيسة من دعائم تقدم الأمم، والنهوض بها، فضلاً عن أنها مصدر من مصادر القوة في المجتمع، بل إنها هي المصدر الحقيقي للقوة، والباعث على الحراك الفكري والاجتماعي، ويطلق البعض على العصر الحاضر (عصر المعرفة)، حيث أصبحت مورداً اقتصادياً مهماً، ومصدراً للدخل الوطني، ودعامة للتقدم في مختلف مجالات الحياة، وإذا كان لكل عصر ثروته، فإن المعرفة هي ثروة هذا العصر، وأصبح مجتمع المعلومات يتحول تدريجياً نحو مجتمع المعرفة، كما تأصلت في الآونة الأخيرة العلاقة بين الاقتصاد والمعرفة، فلم يعد اعتماده مقتصراً على المعلومات وحدها، بل أصبح يعتمد بشكل أكثر على الخبرة والابتكار والعقلانية، أي أنه بعبارة أخرى يعتمد على المعرفة، وهناك رغبة جادة لدى كثير من الدول بالتحول نحو مجتمع المعرفة بما في ذلك الدول النامية، والمجتمع المعرفي أوسع نطاقاً من المجتمع المعلوماتي لأنه يضم جميع المصادر التي ينتج عنها معرفة، ومن الملاحظ أن اعتماد المجتمع على تقنية المعلومات والاتصالات يؤدي إلى تقدم معرفي، وأن إنتاج المعلومات يضع اللبنة الأساسية لبناء مجتمع معرفي، ويعد التقدم المعرفي أكثر دقة في الحكم على تطور المجتمع، حيث تعتمد كفاءته على النشاطات المعرفية التي تقوم بها مختلف المؤسسات المعنية بالمعرفة بما في ذلك مؤسسات البحث العلمي، والتعليم والتدريب، والتوعية والإعلام، ومؤسسات المعلومات بمختلف أنماطها، حيث أصبحت المعلومات من أهم معالم المجتمع المعرفي، ومن أبرز مقومات اقتصاد المعرفة، ويمكن أن يضاف إلى تلك القنوات الترجمة، والسياحة، والمتاحف، والانفتاح على الثقافات العالمية، والفضائيات، والبعثات الخارجية التي تعد من أهم سبل كسب المعرفة، وهذا ما توحي به تجارب الدول الأخرى مثل اليابان والصين والهند وسنغافورة وماليزيا وكوريا، حيث استطاعت اللحاق بالركب من خلال كسب المعرفة الأجنبية، وتوظيفها لصالح تلك البلدان، ولا توجد طرق محددة لاكتشاف المعرفة، حيث أنها تحيط بنا من كل جانب، فالمعرفة تعد من الأمور المكتسبة التي يمكن الحصول عليها من خلال التجارب، والبحوث المنهجية، وتبادل الخبرات مع

الآخرين، والتعليم المستمر، والقراءة، والإطلاع على السجلات والوثائق، وحضور الندوات وورش العمل والدورات التدريبية، وغير ذلك من القنوات الأخرى، ولابد في هذا المقام من وقفة متأنية حول العلاقة بين التعليم ومجتمع المعرفة، حيث إن الاقتصاد العالمي المعاصر يعتمد بشكل رئيس على الموارد البشرية ذات التعليم العالي، الأمر الذي يوحي بضرورة التأهيل وإعادة التأهيل للعاملين في مختلف القطاعات خاصة في القطاع المعلوماتي، وإعادة النظر في نظم التعليم الحالية، وتوظيف التقنية في عملية التعلم من خلال التعليم عن بعد، والتعليم المفتوح، والتعليم المستمر أو التعلم مدى الحياة، وبذلك يمكن تصميم بيئة تعليم تفاعلية، وأخذ التعليم بوابة مجتمع المعلومات والمعرفة، لقد أثرت التطورات الهائلة التي برزت في الآونة الأخيرة خاصة فيما يتعلق بالرقمية والعولمة وتغير أساليب الحياة وطرق المعيشة على التحول من (مجتمع المعلومات) إلى (مجتمع المعرفة)، وأصبحت الظروف مهيأة لبروز المصطلح الثاني، وهذا ما تشهد به الأحداث التاريخية، فبعد أن كان اعتماد الناس في حياتهم الاقتصادية على الزراعة تحول إلى الصناعة، ومع بروز تقنية الاتصالات والمعلومات بدأ نظام المجتمع بالاتجاه نحو المعلومات والمعرفة.[17]

وهناك خلط عند بعض الناس، بين مصطلحين حديثين هما مجتمع المعلومات (Information Society)، ومجتمع المعرفة (KnowledgeSociety)، وفي بعض الأحايين يعدونها وجهين لعملة واحدة، ولكن الواقع خلاف ذلك، بل إن هنالك بون شاسع بينهما!

فالبيانات هي مجموعة الأرقام أو الحروف أو الرموز أو الكلمات القابلة للمعالجة بواسطة الحاسب الآلي بعبارة أخرى البيانات هي المادة الخام التي تستقى منها المعلومات.[18]

بينما المعلومات:Information هي جملة البيانات والدلالات والمعارف والمضامين التي تتصل بالشيء أو الموضوع، وتساعد المهتمين بالتعرف عليه والعلم به، فالمعلومات إذن توضح مفهوم الشيء وتعطيه قدره، وتوضح سماته وخصائصه وتبين استخداماته ووظائفه.[19]

وتؤخذ البنية التحتية لتقانة المعلومات والاتصالات لبلد ما العامل الأهم في تحديد قدرته على الانتقال إلى الاقتصاد العالمي المبني على المعرفة وتشكل كثافة الخطوط الهاتفية –

الثابتة والنقالة وانتشار الحواسيب الشخصية ومدى استخدام الانترنت من المؤشرات الأساسية لهذه البنية التحتية، وتقنيات المعلومات والاتصال لا تعمل منفردة بل تعمل معاً، لذلك فنموها يؤدي إلى نمو في القطاعات الأخرى من الاقتصاد.

وقد أدت هذه الثورة المتنوعة إلى عدد من التبعات (السياسية والاقتصادية)، من هنا يجب عدم تجزئة صناعة الوسائط المتعددة عن صناعة الاتصالات وتقارب الشبكات وعولمة الصناعات الثقافية وإنتاج المكونات الرئيسية للوسائط المتعددة التي تتحكم بالمحتوى (المضمون) وأدوات النقل لتقديم ذلك المضمون.[20]

ويؤكد التقرير العالمي لليونسكو الصادر في عام (2005م)، بعنوان (من مجتمع المعلومات إلى مجتمع المعرفة)، أن المعرفة ضربت أطنابها في مختلف مناحي الحياة المعاصرة، وراحت في تراكم مذهل وتسارع حثيث، تنتج قلاعاً من الإنجازات والمعلومات والاكتشافات كان لابد لها أن تقود إلى تحولات جذرية في طبيعة المجتمعات المتقدمة وخصائصها وتعاملاتها، والمعرفة اليوم أضحت موضع رهانات اقتصادية وسياسية وثقافية واسعة، من أجل إنتاج وتطبيق المعارف الضرورية للتنمية الإنسانية[21].

وبدون شك فإن هناك بعد جوهري في التنمية البشرية، وهو المعرفة التي تُعد حاسماً في تمكين الناس من توسيع مجالات اختياراتهم وتقنيات المعلومات والاتصال هي الأدوات الأساسية للمجتمعات الناهضة التي تتأسس على المعرفة وهي تمثل تحولاً هاماً من استغلال الموارد الطبيعية والمادية إلى انتشار البيانات والمعلومات وما يتصل بهما من مهارات خاصة بالتحليل والمعالجة، وهذه التنمية يصاحبها اتجاه قوي نحو خصخصة مصادر المعرفة وإضفاء الطابع التجاري عليها وما يتزامن مع ذلك من فرض إجراءات قانونية لحماية الملكية الفكرية الخاصة.

ولأسباب منهجية لابد من التفريق بين مجتمع المعلومات ومجتمع المعرفة، حيث إن مجتمع المعلومات هو (المجتمع الذي يعتمد في تطوره ونموه بصورة رئيسية على المعلومات والحاسبات الآلية وشبكات الاتصال، أي أنه يعتمد على ما يسميه البعض بالتكنولوجيا الفكرية تلك التي تضم سلعاً وخدمات جديدة مع التزايد المستمر للقوة العاملة المعلوماتية

التي تقوم بإنتاج وتجهيز ومعالجة ونشر وتوزيع وتسويق هذه السلع والخدمات والتناقص المستمر للثورة العاملة) [22].

وبتعبير آخر هو المجتمع الذي تستخدم فيه المعلومات والمعرفة والتكنولوجيا المرتبطة بهما على نحو يؤثر على إنتاج المجتمع، وطرق تعليمه، والعلاقات الاجتماعية بين أفراده، وسياساته ومختلف أوجه الحياة الأخرى، أو أنه مجتمع تكون فيه عمليات النفاذ إلى المعلومات والبحث عنها، واستخدام المعلومات وإنتاجها، وكذلك تبادل المعلومات هي العمليات الأساسية المؤثرة في حياة الأفراد والمؤسسات كافة[23].

أما مجتمع المعرفة: هو المجتمع الذي يستند إلى قدرة نوعية من التنظيم وإيجاد آليات راقية وعقلية في مجال التيسير، وترتيب الحياة، والتحكم في الموارد المتاحة، وحسن استثمارها وتوظيفها، وخاصة إيلاء الموارد البشرية الموقع الملائم في تحقيق النمو الاقتصادي، كما يعني هذا المفهوم كذلك تطوير أنماط التصرف والتحكم في القدرات المتنوعة [24].

وبتعبير آخر هو المجتمع القائم والقادر على إنتاج واستغلال المعرفة محلياً وتطبيقها ونشرها معتمداً في ذلك على ما لديه من موارد وإمكانات ذاتية محلية، علاوة على كون صناعة المعرفة قطاعاً اقتصادياً قائماً بذاته[25].

ولهذا يختلف مجتمع المعرفة بالضرورة عن مجتمع المعلومات، ويكمن الفارق بينهما في وجود المعلومة والطريقة التي تستخدم بها المعلومات، ففي مجتمع المعلومات يوجد فيض من المعلومات وحتى إمكانية الوصول إلى المصادر المختلفة للمعلومات، ولكن هذه المعلومات إن لم تستخدم بطريقة تقدم قيمة مضافة إلى الاقتصاد أو إلى المجتمع عامة في شموله لجميع القطاعات العلمية والتعليمية والإعلامية والثقافية والاجتماعية والإدارية وغيرها من القطاعات، تظل هذه المعلومات إلى حد كبير مجرد أصول أو موجودات ساكنة بلا وظيفة أو نفعية حقيقية، وتصبح أدوات هذه المعلومات ووسائطها هي بالأحرى مجرد مقتنيات أكثر من أن تكون تقنيات؛ ولهذا فإن وجود المعلومات لا يعادل مجتمع المعرفة.

إن المعلومات هكذا في مجتمع المعرفة يمكن أن ينظر إليها على أنها بمثابة سلعة أو بضاعة، في حين المعرفة في مجتمع المعرفة هي الأداة أو القدرة على استخدام المعلومات من

أجل غايات كبرى، وهي إيجاد قيمة مضافة للمجتمع، وليكون المجتمع بذلك منظومة مفتوحة في حركة دينامية في الفكر والإبداع والعمل، وفي صيرورة من التغير والتقدم، يتأتى قياسها وتقديرها بمردود هذا التطور المتمثل في تحسين نوعية الحياة، أو جودة الحياة بمعاييرها وضماناتها، ويتفق ذلك مع توجهات البنك الدولي في تقريره عن التنمية في العالم عام 1998، والذي كان يحمل عنواناً له مغزاه بالنسبة لنموذج مجتمع القرن الحادي والعشرين وهو المعرفة طريق إلى التنمية [26].

إن ظهور مجتمع المعرفة كان نتاجاً لظهور اقتصاد المعرفة الذي نتج عن تشابك أصيل لظواهر متعددة مثل: ثورة الاتصالات، وظاهرة انفجار المعلومات، وانتشار استخدام تكنولوجيا المعلومات، مما سمح ببناء اقتصاد المعرفة – Knowledge – Based Economy، وهو مجتمع يشق طريقاً جديداً في التاريخ الإنساني، ويجعل المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات (ICT) جزءاً لا يتجزأ من معظم الفعاليات الاجتماعية، والاقتصادية، والسياسية، والتعليمية، ويحقق تغييرات بنيوية عميقة في مناحي الحياة جميعها، بحيث تصبح مصدراً اقتصادياً رئيساً يحمل في ثناياه بذور الهيمنة الاقتصادية والثقافية والسياسية [27].

ومما يبرز الموقع المتميز الذي أصبحت المعرفة العلمية والتكنولوجية تحتله في العصر الحالي، أنها تمثل ما يقرب من (80٪) من اقتصاديات العالم المتقدم، أما (20٪) الأخرى فإنها تذهب إلى رأس المال والعمالة والموارد الطبيعية، ومن المؤسف حقاً أن عكس هذا نجده في الدول النامية [28].

وفي هذا السياق يمكن رصد بعض أبعاد ملامح مجتمع المعرفة وخصائصه ومؤشراته، ومن أبرزها ما يلي [29]:

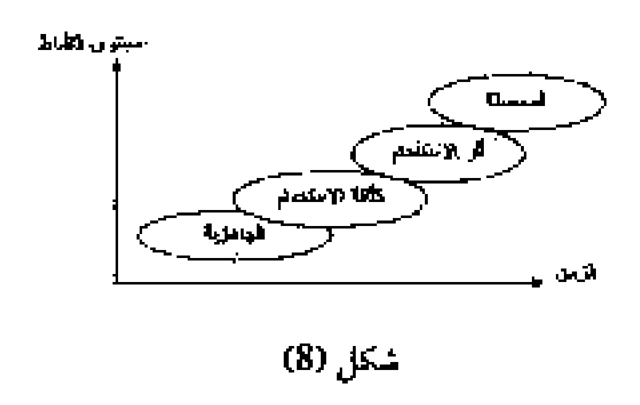
1. **البعد الاقتصادي**: ويتمثل في أن المعلومة هي السلعة أو الخدمة الرئيسة والمصدر الأساسي للقيمة المضافة وتوفير فرص العمل وترشيد الاقتصاد، وهذا يعني أن المجتمع الذي ينتج المعلومة ويستعملها في مختلف شرايين اقتصاده ونشاطاته المختلفة هو المجتمع الذي يستطيع أن ينافس ويفرض نفسه.

2. **البعد التكنولوجي:** ويتمثل في انتشار وسيادة تكنولوجيا المعلومات وتطبيقها في مختلف مجالات الحياة في المصنع أو المزرعة، في المكتب والمدرسة، في البيت والشارع، وهذا يعني كذلك ضرورة الاهتمام بالوسائط الإعلامية والمعلوماتية وتكييفها وتطويعها طبقاً للظروف الموضوعية لكل مجتمع سواء فيما يتعلق بالعتاد أو البرمجيات، كما يعني البعد التكنولوجي لثورة المعلومات توفير البنية اللازمة من وسائل اتصال وتكنولوجيا الاتصالات الحديثة وجعلها في متناول جميع أفراد المجتمع.
3. **البعد الاجتماعي:** ويتمثل في سيادة درجة معينة من الثقافة المعلوماتية في المجتمع وزيادة مستوى الوعي بتكنولوجيا المعلومات وأهمية المعلومة ودورها في الحياة اليومية للإنسان، والمجتمع هنا مطالب بتوفير الوسائط والمعلومات الضرورية من حيث الكم والكيف ومعدل التجدد وسرعة التطوير للفرد، خاصة إذا علمنا أن التغيير سيطال أسس العمل نفسها، ذلك أن العمل في أي حقل كان سيتوقف على إدارة المعلومات والتصرف بها عبر الأدمغة الاصطناعية ووسائل الإعلام، ولهذا سنشهد ولادة فاعل بشري جديد هو الإنسان العددي الذي ينتمي إلى عمال المعرفة (ذوو الياقات البيضاء) الذين يقللون الهوة بين العمل الذهني وبين العمل اليدوي، إذ لا فاعلية في العمل من غير معرفة قوامها الاختصاص والقدرة على قراءة رموز الشاشات، مما سيطرح إطاراً مفهومياً جديداً هو (العمالة المعرفية).
4. **البعد الثقافي:** ويتمثل في إعطاء أهمية قصوى للمعلومة والمعرفة، والاهتمام بالقدرات الإبداعية للأشخاص وتوفير إمكانية حرية التفكير والإبداع والعدالة في توزيع العلم والمعرفة والخدمات بين الطبقات المختلفة في المجتمع، كما يعني نشر الوعي والثقافة في الحياة اليومية للفرد والمؤسسة والمجتمع ككل.
5. **البعد السياسي:** ويتمثل في إشراك الجماهير في اتخاذ القرارات بطريقة رشيدة وعقلانية مبنية على استعمال المعلومة، وهذا بطبيعة الحال لا يحدث إلا بتوسيع حرية تداول المعلومات وتوفير مناخ سياسي مبني على الديمقراطية والعدالة والمساواة وإقحام الجماهير في عملية اتخاذ القرارات والمشاركة السياسية الفعالة.
6. **البعد التربوي:** ويتمثل في أن الإنسان سيصبح هو رأس المال البشري الذي يبدع ويبتكر ويفكر وينتج المعرفة، أي سيصبح محوراً رئيساً وجوهرياً لحركة هذا المجتمع.

مؤشرات قياس مجتمع المعلومات[30]

تصف مؤشرات قياس مجتمع المعلومات البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات وقياس النفاذ اليها من خلال استعمالها وإنتاجها في مختلف القطاعات، وهو ما يوضح تزايد الأهمية الاقتصادية والاجتماعية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المجتمعات الحديثة، وإن تقديم هذه المؤشرات مع المقارنة العالمية للنفاذ إلى تقانة المعلومات والمتطلبات الأولية اللازمة للانتقال نحو المجتمع الرقمي، يوضح مدى التقدم الحاصل في التحول إلى مجتمع المعلومات في أي بلد، ولمعرفة مدى التقدم الحاصل في بلد ما في الانتقال نحو مجتمع المعلومات لابد من قياس هذا التقدم باستخدام مؤشرات ترتبط بقياس النفاذ إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات إلى جانب مجموعة من المتطلبات الأولية اللازمة للانتقال نحو مجتمع المعلومات وتمثل جزءاً من الجاهزية للانتقال نحو هذا المجتمع وخاصة تلك المتعلقة بالتنمية البشرية، ولكن لا يجب النظر إلى المؤشرات على أنها مجموعة ثابتة لا تتغير مع الزمن، فالبعض منها سيفقد معناه مع تغير أهداف مؤشرات مجتمع المعلومات.

إن مؤشرات مجتمع المعلومات تتغير وفق أربع مراحل متداخلة كما في المخطط الآتي وهي:



شكل (8)

1. **مؤشرات الجاهزية:** وهي تمثل مجموعة المتطلبات الأساسية لدعم بناء مجتمع المعلومات، تقيس مدى جاهزية المجتمع نفسه لمثل هذا الانتقال والاستفادة من تقنية المعلومات والاتصالات.

2. **مؤشرات كثافة الاستخدام:** تصف المدى والهدف الذي تستخدم فيه هذه التقنية في قطاعات مختلفة مثل الأعمال أو التعليم وغيرها، وهذه المؤشرات أساسية في مجتمع المعلومات وتقدم الأساس لقياس أداء مجتمع ما في بناء مجتمع المعلومات.
3. **مؤشرات أثر الاستخدام:** تتعلق أساساً بالتغيرات التنظيمية (للأعمال والحكومة مثلاً) التي تصف:

- الطرق الجديدة في تنظيم العمل فيما يتعلق بالعلاقة بين الأفراد والمؤسسات.
- الطرق الجديدة للإنتاج فيما يتعلق بالعلاقات داخل منشآت الإنتاج وفيما بينها.
- الاستثمارات البشرية ورأس المال البشري بأخذه قاعدة معرفية.
- القدرة على الحركة بين المجتمعات والتنافس.
- الابتكار والبحث والتطوير بعدهما أساس المستقبل.

4. **المؤشرات المحصلة:** وهي النتيجة الختامية لما يحدث على مستوى منشآت الإنتاج فيما يخص الإنتاجية والأثر الاجتماعي، ومؤشرات المحصلة ترتبط أساساً بالمستوى الاجتماعي والذي يمثل:

- الإنتاجية والتنافسية.
- التوظيف وسوق العمل.
- التجانس وعدم الاستبعاد الاجتماعي **socialinclusion**.

وقد أثارت هذه المعايير الكثير من النقاش بظهور العديد من الاستفسارات، هل هي بوجود التقنية، أم بالإنفاق التقني، أم بالانتشار التقني في مجتمع المعلومات وهل يقاس الانتشار بالإنفاق على تقنيات المعلومات أم بكمية المعلومات المقدمة ومداها؟

إن مؤشر ثقافة المعلومات في رأي الكثير من الباحثين هو مقياس مهم لإرساء مجتمع معلومات عادل يقوم على المهارات والإبداعات في شتى المجالات، وهو متطلب رئيس من متطلبات التعلم على مدى الحياة، ثم تأتي التقنية التي تعد من أهم خصائص مجتمع المعلومات، وحسب الدراسات فأن الاتجاهات تميل إلى:

1. البنية التحتية للمعلومات احتلت المرتبة الثالثة وهي تعرف بالهيكل الفيزيقي التخيلي لمجتمع المعلومات، وتعتمد قيمة هذه البنية على جودة المعلومات ذاتها، والتطبيقات، والبرمجيات، ثم مقاييس ورموز النقل، والبنية التحتية للمعلومات تقوم على انتشار شبكات المعلومات بأنواعها، والتي ترتكز على البنية التحتية للاتصالات، أما بالنسبة للدول العربية، فالافتقار إلى الموارد البشرية، وعدم وجود تنمية للبنية التحتية أثرا على الاستفادة من ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، فضلا عن انتشار الأمية المعلوماتية، وارتفاع تكلفة الاتصالات السلكية واللاسلكية.
2. مؤشر البنية التحتية للاتصالات أحتلت المرتبة الرابعة وهو ما يوضح أهمية هذه البنية بالنسبة للبحث العلمي خاصة مع تزايد الإعتماد على المعلومات، ونقلها، وتخزينها وتبادلها، وبالنظر إلى توفر خطوط الهاتف والتلفزيون والحواسيب والإنترنت كوحدات أساسية في البناء المعلوماتي، ويلاحظ ضعف هذه البنية في الوطن العربي باستثناء بعض الدول العربية، كالمملكة العربية السعودية، ودولة الإمارات العربية المتحدة ومملكة البحرين، ودولة الكويت، ودولة قطر مقارنة مع دول العالم الأخرى.
3. وحسب الدراسات، فمجال الإنترنت هو مؤشر ضعيف لقياس مجتمع المعلومات بالدول العربية، فبرغم أن عدد مجالات الإنترنت بلغ نسبة تقريبية من عدد السكان في الوطن العربي إذ بلغت 28,5٪ لكل دولة مقابل 50,8٪ في دول الخليج العربي فقط إلا أن معدل الاستخدام الفعلي يبقى ضئيل مقارنة مع الدول المتقدمة، ويرجع ذلك لأسباب أهمها:

أ. ارتفاع تكلفة الاتصال.

ب. عدم انتشار الحواسيب في قطاع التعليم.

ج. انتشار الأمية المعلوماتية، وانخفاض نسبة الوعي بأهمية الإنترنت التعليمية، الثقافية، السياسية، الاقتصادية والعلمية والسياحية إلى جانب اتجاه المستخدمين العرب للمواقع العالمية أمام ندرة المواقع العربية، أما من حيث استخدامات الإنترنت فاتضح أن من الاستعمالات هي للاتصالات، الأمر الذي يؤكد أن المباهاة ليست بالكم في مضيفات الإنترنت ومستخدمي الشبكة بقدر ما هو استغلالها الأمثل واستثمار معلوماتها وتوظيفها في البحث العلمي.

4. مؤشر مساهمة المعلومات في إجمالي الدخل القومي احتلال مرتبة الخامسة وهو مؤشر هام لقياس أهمية المعلومات في التنمية الاجتماعية والاقتصادية والاستثمار الأفضل للمعلومات، نتيجة تطور اقتصاديات المعلومات وتجارة المعلومات، وهما العاملان اللذان جعلا من مجتمع المعلومات، مجتمع أمريكي بـ28% من الناتج الاجمالي العالمي.
5. مؤشر عدد الحواسيب احتل المرتبة الأخيرة ورغم أن تقنية الحاسوب في مجتمع المعلومات لاتقل أهمية عن الآلة في الثورة الصناعية، فإنها للدول العربية لا تمثل مؤشر هام لقياس مجتمع المعلومات، حسب نتائج بعض الدراسات، فعدد الحواسيب بالدول العربية قد بلغ 12 حاسب لكل ألف شخص سنة 98، مقابل 255 حاسب للفئة نفسها بالدول المتقدمة، وهذه الحواسيب لم يتم استغلالها بشكل كاف إذ أنها بقيت في معظم الحالات مجرد آلات كاتبة، وظلت قاعات الحواسيب كمعارض للزوار، بالرغم من أنها وفرت البناء التحتي الذي يمكن من خلاله معالجة المعلومات وتوزيعها بسرعة ودقة، وهنا يمكن إبراز مؤشر مدى انتشار الأمية المعلوماتية والأمية المعلوماتية من أهم العوامل التي تحول دون الاستثمار الأمثل لموارد المعلوماتية، حيث يمكن ربطه بافتقاد الفرد والمجتمع إلى المهارات الأساسية للتعامل مع المعلومات فضلا عن أمية التعامل مع الحاسبات الإلكترونية، وتضم هذه المهارات القدرة على تحديد مدى الحاجة للمعلومات، والقدرة على اختيار انسب المصادر، والتعامل الفعال معها، وتزداد ظاهرة الأمية المعلوماتية، كلما ضعف مؤشر ثقافة المعلومات وقلت القدرة إلى الوصول إلى ما تحتاج إليه من معلومات، وتنمية هذا المؤشر مسؤولية تتقاسمها العديد من الأطراف والمؤسسات وخاصة تلك العاملة في خدمة الأهداف التعليمية كالمكتبات المدرسية والجامعية والمكتبة العامة ووسائل الاتصال الجماهيري.

وهناك معايير اخرى لقياس مجتمع المعلومات تقترب من المقاييس الأخرى، أو تبتعد عنها قليلاً يتمثل بالآتي:

1) مؤشر مجتمع المعلومات: Index Society Information – SI

لقد وضعت بيت الخبرة times World مؤشراً سمي مؤشر مجتمع المعلومات Index Society Information وهو بالقياس للناتج الاجمالي المحلي الذي يقيس الثراء الاقتصادي، ان المؤشر المقترح يعطي فكرة على قدرة وثراء المعلومات، وهذا المؤشر مركب

Index Composite وهو متكون من 23 مقياسا موزعة على أربع مجموعات: المجموعة الاولى: تهم البنية التحتية الحاسوبية وهي تتكون من 7 مقاييس، أما المجموعة الثانية: فهي تشكل من 8 مقاييس تعنى كلها بالبنية التحتية المعلوماتية، في حين ان المجموعة الثالثة: تهم بالبنية التحتية لشبكة الإنترنت، أما المجموعة الاخيرة فهي تهتم بالجانب الاجتماعي وتتشكل من 5 مقاييس.

وتصف البيانات الجديدة المنشورة في التقرير الذي أصدره الاتحاد الدولي للاتصالات بعنوان قياس مجتمع المعلومات لعام 2011 [31] جمهورية كوريا بأنها أحدث اقتصاد في العالم من حيث تكنولوجيات المعلومات والاتصالات، تليها السويد، وآيسلندا، والداغارك وفنلندا، ويتضمن تقرير قياس مجتمع المعلومات في كل سنة أحدث رقم قياسي لتنمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وسلة أسعار تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وهما من الأدوات الأساسية لرصد التطورات التي يشهدها مجتمع المعلومات على المستوى العالمي، ويتضمن التقرير الجديد عن الرقم القياسي لتنمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ترتيب 152 اقتصاداً ويقارن بين ما كانت عليه في عام 2008 وما وصلت إليه في عام 2010.

ويربط الرقم القياسي لتنمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بين 11 مؤشراً في مقياس واحد يتتّبع تنمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بمرور الوقت، والرقم القياسي لتنمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يقيس مدى القدرة على النفاذ إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والاستخدام والمهارات، ويتضمن مؤشرات مثل الاشتراكات في المواتف المتنقلة، والأسر التي لديها أجهزة حاسوب، والاشتراكات في الإنترنت على الخطوط الثابتة والمتنقلة عريضة النطاق، ومعدلات المعرفة الأساسية، وقد تحدد ترتيب الاقتصادات التي تشملها عملية القياس، وعددها 152 اقتصاداً، على مقياس من 1 إلى 10، ويمكن تصنيف هذه الاقتصادات في أربع مجموعات هي: مجموعة القمة (أعلى من 6,16)؛ ومجموعة مرتفعة (بين 4,09 و6,04)؛ ومجموعة متوسطة (بين 2,59 و4,05)؛ ومجموعة منخفضة (أقل من 2,55).

ومعظم الاقتصادات التي تحتل قمة الترتيب تنتمي إلى أوروبا وآسيا والمحيط الهادئ، وباستثناء جمهورية كوريا وهونغ كونغ (الصين)، تنتمي جميع الاقتصادات العشرة المتفوقة إلى

أوروبا، وإذا نظرنا إلى الثلاثين اقتصاداً التي تأتي في المقدمة سنجد أنها تنتمي إلى أوروبا أو شرق آسيا ومنطقة المحيط الهادئ، وذلك باستثناء الولايات المتحدة وكندا، وهي تتطابق إلى حد بعيد مع أعلى الاقتصادات دخلاً في العالم، نظراً للارتباط القوي بين مستوى تنمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والناتج الإجمالي.

ويأتي ترتيب الإمارات العربية المتحدة والاتحاد الروسي في المرتبة الأولى داخل الإقليمين اللذين تنتميان إليهما، بينما يأتي ترتيب أوروغواي في أعلى مرتبة في أمريكا اللاتينية، وكان من أكثر البلدان نشاطاً في هذا المضمار المملكة العربية السعودية، والمغرب وفيتنام والاتحاد الروسي، حيث حققت جميعها تحسناً ملموساً من حيث الرقم القياسي لتنمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات فيما بين عامي 2008 و2011، وقد صرح الدكتور حمدون إ. توريه، الأمين العام للاتحاد الدولي للاتصالات بقوله: (على الرغم من أن البلدان التي تحتل مراكز القمة من حيث الرقم القياسي لتنمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات هي جميعاً من العالم المتقدم، فما يثلج الصدر أن نرى أن أكثر البلدان نشاطاً من حيث الأداء هي من البلدان النامية).

وقد كانت جمهورية كوريا منذ فترة طويلة رائدة في نشر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وزيادة تبنّيها، وجعلت منها محركاً للنمو الاقتصادي، وقد أصبحت جمهورية كوريا، عندما أوجدت بيئة تنافسية وبيئة تنظيمية دينامكية، مجتمع معلومات شامل، وسوف يساعد عدد من المبادرات الحكومية - منها مشروع Giga internet التجريبي الذي يستهدف توصيل الإنترنت إلى المنازل بسرعة جيغابت/ ثانية بحلول عام 2013، ويتضمن إنشاء شبكات عريضة النطاق تصل سرعتها إلى 100 ميغابت/ ثانية في المناطق الريفية – على تلبية الطلبات في المستقبل، وتحتل جمهورية كوريا أيضاً قمة الرقم الدليلي الفرعي الخاص بالاستخدام، فهي تتمتع بأعلى انتشار للنطاق العريض المتنقل على المستوى العالمي (91 في المائة)، ونسبة انتشار مرتفعة للنطاق العريض على الخطوط الثابتة (37 في المائة) وحققت نتائج ممتازة من حيث توصيل الأسر بالإنترنت (97 في المائة)، كذلك تحتل جمهورية كوريا مركزاً ممتازاً في الرقم الدليلي الفرعي الخاص بالمهارات، ويعد أداؤها مرتفعاً في جميع المؤشرات الثلاثة (الالتحاق بالمدارس الثانوية والتعليم العالي، ومعدلات المعرفة بين البالغين).

ويأتي ترتيب السويد في المرتبة الثانية للمرة الثانية، فهي تكشف عن أداء مرتفع في جميع الأرقام القياسية الفرعية الثلاثة، ولما كانت نسبة السكان الذين يستعملون الإنترنت تصل إلى 90 في المائة، تُعد السويد بين أعلى خمسة بلدان على الخط، بالإضافة إلى أيسلندا والنرويج وهولندا ولكسمبرغ، وتندرج السويد أيضاً ضمن أعلى عشرة بلدان في العالم من حيث ربط المنازل بشبكة الألياف البصرية على مستوى تجاري، وقد تحقق ذلك بفضل استراتيجية الشراكة بين القطاعين العام والخاص التي نجحت في إشراك شركات التشغيل الخاصة والسلطات المحلية، وانتشار النطاق العريض في الاتصالات المتنقلة يأتي في المرتبة الثالثة بين أعلى المعدلات في العالم (بعد جمهورية كوريا واليابان)، وعدد الاشتراكات في الاتصالات المتنقلة عريضة النطاق الآن في السويد يساوي تقريباً عدد الاشتراكات في شبكة الخطوط الثابتة عريضة النطاق، وما زالت حركة البيانات في الاتصالات المتنقلة تزداد بقوة، حيث تجاوزت نسبة الزيادة 90 في المائة في عام 2010، الأمر الذي يدل على أن انتشار الاتصالات المتنقلة عريضة النطاق واستعمالاتها تضاهي انتشار واستعمالات الخطوط الثابتة عريضة النطاق.

وقد ارتفع ترتيب أيسلندا إلى المرتبة الثالثة في الرقم القياسي لتنمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في عام 2010، بعد أن كانت في المرتبة السابعة في عام 2008، مما يدل على وجود علامات واضحة على الانتعاش من الأزمة، ومع وصول نسبة السكان على الخط إلى 95 في المائة، أصبحت أيسلندا تحتل أعلى مرتبة من حيث انتشار استخدام الإنترنت (92 في المائة من الأسر لديهم وصلات بالإنترنت)، وكذلك أعلى مرتبة من حيث انتشار الخطوط الثابتة وأعلى نسبة للأسر التي لديها أجهزة حاسوب (93 في المائة)، وقد نتج هذا الارتفاع في الرقم القياسي لتنمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات نتيجة للإقبال الشديد على النطاق العريض في الاتصالات المتنقلة، حيث بلغت نسبة الانتشار 45 في المائة في عام 2010 (لم تكن الاتصالات المتنقلة عريضة النطاق قد دخلت أيسلندا في عام 2008)، وكانت أيسلندا بين آخر البلدان التي خصصت ترددات للجيل الثالث في أوروبا، حيث تأخرت هذه العملية حتى عام 2007، وقد أدى إصدار تراخيص تشغيل الجيل الثالث وإعادة تخصيص طيف الترددات إلى ظهور طرف رئيسي جديد، هي شركة Nova، التي دخلت سوق الاتصالات المتنقلة التي كانت تهيمن عليها من قبل شركتا Siminn

وVodafone، وبحلول نهاية عام 2010، كانت شركة Nova قد استحوذت على أكبر حصة من شريحة الاتصالات المتنقلة عريضة النطاق.

وقد انتقلت فنلندا من المركز الثاني عشر في عام 2008 إلى المركز الخامس في عام 2010، مما يمثل قفزة واسعة بين أعلى ثلاثين بلداً من حيث الرقم القياسي لتنمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وعلى الرغم من أن نسبة انتشار شبكة الخطوط الثابتة انخفضت من 31 إلى 23 في المائة، فقد رفعت فنلندا النطاق العريض الدولي بنسبة 150 في المائة (من 200000 ميغابت/ ثانية إلى 500000 ميغابت ثانية)، كما ارتفعت نسبة الإقبال على الاتصالات المتنقلة عريضة النطاق من 24 إلى 78 في المائة.

وبالإضافة إلى تحديث التزامات فنلندا فيما يتعلق بالخدمة الشاملة، اشترطت هيئة تنظيم الاتصالات الفنلندية (FICORA) على شركات التشغيل الست والعشرين توفير وصلات عريضة النطاق للعملاء في مناطق التغطية التابعة لها، بحيث لا تقل سرعة الوصلة عن 1 ميغابت/ ثانية عدا من يونيو 2010، مع رفع السرعة إلى 2 ميغابت/ ثانية بحلول عام 2012 وإلى 100 ميغابت/ ثانية بحلول عام 2015، وفي عام 2010، أدخلت فنلندا تكنولوجيا الجيل الرابع الجديدة في اثنتين من المدن الرئيسية (توركو، وإسبو)، وكسبت بذلك مشتركين في نطاقات UHF على أساس أولوية الاشتراك.

وارتفع ترتيب سويسرا إلى المستوى الثامن من حيث الرقم القياسي لتنمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في عام 2010، بعد أن كانت في المستوى التاسع، ويعد معدل انتشار الخطوط الثابتة عريضة النطاق من أعلى المعدلات على المستوى العالمي (38 في المائة)، كما أن نسبة الأسر التي تستخدم أجهزة الحاسوب وتنفذ إلى الإنترنت (86 في المائة) تندرج بين النسب المرتفعة، ووفقاً لهيئة الاتصالات الفيدرالية السويسرية، بلغ عدد المنازل ومقار الشركات التي تخدمها شبكة الألياف البصرية 250 000 في نهاية عام 2010، وهذا يمثل ما يقرب من 8 في المائة من الأسر، ومن ناحية أخرى، ما زالت الاتصالات المتنقلة عريضة النطاق في بداية انطلاقها، وقد بلغت نسبة الانتشار 44 في المائة، لتحتل سويسرا المرتبة الخامسة والعشرين على المستوى العالمي وتعد بذلك متخلفةً عن رَكْب الدول السبّاقة في ذات المجال.

وارتفع ترتيب نيوزيلندا إلى المستوى الثاني من حيث الرقم القياسي لتنمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في عام 2010، فقد ارتفع النطاق العريض الدولي لكل مستخدم للإنترنت من 9700 ميغابت/ ثانية لكل مستخدم في عام 2008 إلى 19300 ميغابت/ ثانية لكل مستخدم في عام 2010، كما ارتفعت أيضاً المؤشرات الرئيسية الأخرى - مثل الاتصالات المتنقلة عريضة النطاق، والنفاذ إلى الإنترنت في المنازل، واستخدام الإنترنت، ومهارات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وقد جعلت حكومة نيوزيلندا النطاق العريض من المكونات الحيوية في نمو اقتصاد نيوزيلندا، وتحسين الإنتاجية واستراتيجية الحكومة الأوسع التي تتوخى زيادة قدرة نيوزيلندا على المنافسة على المستوى العالمي، ولرفع مستوى البنية التحتية، رصدت الحكومة ما مجموعه 1,5 مليار دولار نيوزيلندي، منها 300 مليون مخصصة لتحسين القدرة على التوصيل بالنطاق العريض في المناطق الريفية.

وارتفع ترتيب النمسا من المستوى الواحد والعشرين في عام 2008 إلى المستوى السادس عشر في عام 2010 من حيث الرقم القياسي لتنمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ويرجع السبب الرئيسي في ذلك إلى الزيادة في عدد اشتراكات الهواتف المتنقلة والاتصالات المتنقلة عريضة النطاق، والزيادة في النطاق العريض الدولي، وقد أظهرت الدراسات الاستقصائية التي أجريت على العملاء أن نسبة 76 في المائة من عملاء المنازل المزودين بالقدرة على إجراء اتصالات متنقلة عريضة النطاق تستخدم هذا النوع من الاتصالات على أساس متصل، يكون عادة من موقع ثابت، وقد دفع ذلك هيئة تنظيم الاتصالات إلى استنتاج مؤداه أن الاتصالات المتنقلة عريضة النطاق أصبحت بديلاً للخطوط الثابتة عريضة النطاق، وليست استكمالاً لها، وتعد النمسا حتى الآن الدولة الوحيدة في الاتحاد الأوروبي التي اتضح فيها أن الاتصالات المتنقلة عريضة النطاق قد حلت الخطوط الثابتة عريضة النطاق.

أما الولايات المتحدة فقد احتفظت بالمرتبة السابعة عشرة في عامي 2008 و2010، ويعد معدل انتشار الهواتف المتنقلة - الذي بلغ 85 في المائة - منخفضاً بالمقارنة بمعدلات الانتشار التي تجاوزت 100 في المائة بالنسبة لمعظم البلدان الأوروبية، كذلك يعد معدل النفاذ إلى الإنترنت من المنازل - الذي بلغ 71 في المائة - أقل من المعدلات الأوروبية (التي تتراوح

بين 85 و90 في المائة)، أما فيما يتعلق بالرقم الدليلي الفرعي الخاص بالنفاذ فقد انخفضت الولايات المتحدة من المركز العشرين إلى المركز الثالث والعشرين، ومع ذلك، فإن الاتصالات المتنقلة عريضة النطاق تتزايد بشكل سريع، حيث ارتفعت معدلات الانتشار إلى 54 في المائة في نهاية عام 2010 مقارنة بنسبة 26 في المائة في نهاية 2008.

وصنف مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد) الإمارات ضمن أفضل بلدان العالم في تسخير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لدفع عجلة التنمية الاقتصادية.

وأكد تقرير لـ (الأونكتاد) حول (اقتصاد المعلومات لعام 2011)، أن دولة الإمارات تمكنت خلال العقد الماضي من تأسيس بنية تحتية تكنولوجية عالية الجودة توفر أفضل بيئة جاذبة للشركات، والاستفادة منها لتنمية القطاع الخاص.

واظهر التقرير المراكز المتقدمة التي تبوأتها دولة الإمارات في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، حيث زادت نسبة استخدام الشركات والمؤسسات لأجهزة الكمبيوتر عن 100%، إلى جانب تسجيلها سادس أعلى نسبة زيادة في العالم في أعداد مستخدمي الإنترنت خلال الفترة من 2005، وحتى نهاية العام 2010.

ووفقاً للتقرير تستفيد 75 شركة من كل 100 شركة عاملة في الدولة من خدمات الإنترنت للحصول على المعلومات والتعامل مع المؤسسات الحكومية، بما يقترب من المعدل المسجل في الاقتصادات المتقدمة.

وتقدر نسبة استخدام الشركات في الإمارات للإنترنت عبر الشبكة الثابتة للنطاق العريض بنحو 85%، بما يزيد على المتوسط العالمي المقدر بنحو 83% للشركات التي يتراوح عدد موظفيها بين 50 و249 موظفاً.

[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
3- السويد	18- نيوزلندا	30- الامارات	46- السعودية
4- النرويج	19- بلجيكا	31- المجر	47- البرازيل
5- فنلندا	20- تايوان	32- بولندا	48- كولومبيا
6- الولايات المتحدة	21- كوريا	33- الارجنتين	49- تايلاند
7- الدنمارك	22- ايرلندا	34- ماليزيا	50- الفلبين
8 المملكة المتحدة	23- فرنسا	35- تشيلي	51- بيرو
9- سويسرا	24- اسرائيل	36- بلغاريا	52- الاردن
10- استراليا	25- ايطاليا	37- رومانيا	53- مصر
11- سنغافورة	26- اسبانيا	38- كوستاريكا	54- الصين
12- هولندا	27- البرتغال	39- بنما	55- اندونيسيا
13- اليابان	28- اليونان	40- جنوب افريقيا	56- الهند
14- كندا	29 التشيك	41- فنزويلا	57- باكستان
15- المانيا		42- روسيا	
16- النمسا		43- تركيا	
17 هونج كونج		44- المكسيك	
		45- الاكوادور	

شكل (9)

مما سبق يتبيّن أن الفجوة الرقمية لها أبعاد كثيرة، فمنها البعد التكنولوجي الذي يتمثل بالبنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات واستخداماتها وتطبيقاتها، ومنها البعد السياسي المتمثل بوضع الاستراتيجيات والخطط الوطنية وتحسين البيئة التمكينية، ومنها البعد المعرفي المتمثل بالنفاذ إلى المعلومات والمعرفة وبناء القدرات، ومنها البعد الثقافي واللغوي والبعد الإعلامي والبعد الأخلاقي، وبالتالي فإن معالجة الفجوة الرقمية تتطلب

العمل على عدة محاور تغطي معظم هذه الأبعاد، ولا يجدي نفعاً التقدم على أحد هذه المحاور دون غيرها، فإذا وفّرت دولة ما بنية تحتية تكنولوجية متميّزة دون تأمين البيئة التمكينية المناسبة على المستوى التشريعي والمالي لتشجيع الاستثمار في هذه التكنولوجيا وتطبيقاتها، فلن تنتشر التطبيقات المعلوماتية ولن يعم النفاذ إلى المعلومات والمعرفة من قبل عامة الشعب، وكذلك فإن عدم بناء القدرات البشرية في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تشكل نقطة ضعف في المنظومة التكنولوجية وتمنع استدامتها.-

ويرى البعض أن الفجوة الرقمية هي الفجوة الأم التي تخبيء فجوات عديدة ترتبط بالمحاور والمجالات المذكورة في الإطار، كما أن أوجهها المتعددة قد تجعل فئات مختلفة من الناس ينظرون إليها من مناظير مختلفة؛ خاصة فيما يتعلق بأسبابها.

ويتعذر قياس الفجوة الرقمية في بلد ما ببعض الأرقام المعبرة عن اتساعها، نظراً لتعدد أبعادها وتشعّب محاورها، يضاف إلى ذلك أنه يمكن تقييم بعض أوجه الفجوة الرقمية بشكل وصفي ولكن يصعب تحويل هذا الوصف إلى تقويم كمّي، وبالتالي فهناك عدداً كبيراً من المؤشرات التي تقيس بعض أبعاد الفجوة الرقمية، ولكن المؤشرات المعتمدة عالمياً لهدف المقارنة قليلة، وهناك مبادرة عالمية عامة لقياس أهم المؤشرات واعتمادها، تمكّنت من حصر أهم المؤشرات العامة وتعريفها وقياسها، وقد اعتمدت إلى حد كبير في العالم العربي، ولكن ما زالت البيانات والتحليلات الإحصائية المبنية عليها قليلة أو معدومة.

وبالنسبة للدول النامية فالدخول إلى مجتمع المعلومات يتطلب، ضرورة نقل وتوطين التقنيات المعلوماتية، وبالتالي توفير بنى أساسية (تحتية وفوقية) من اجل الاستثمار لتنمية صناعة الاتصالات والمعلومات وتخطي الحاجز اللغوي في تقنيات المعلومات والاتصالات، مع إعداد خطة وطنية للمعلومات وتحديد أهدافها وحصر المؤسسات ذات العلاقة وتحديد المهام والواجبات والأدوار المؤدية لتحقيق الأهداف، وذلك في إطار وضع جدول زمني للالتزام بالتنفيذ والبدء في التنفيذ والتطبيق والمتابعة والتقويم والتعديل حسب المعطيات وتطورات عصر المعلومات، وكل ذلك يكون بإشراف ورعاية جهة رسمية بالدولة.

الفجوة الرقمية ومجتمعات الورق

يقاس التقدم الآن بعدد أجهزة الكومبيوتر، وعدد مستخدمي الشبكة العنكبوتية، مع توافر التقني الفني في هذا التخصص الجديد، بالإضافة إلى توافر الماهر في برمجة وإبداع البرامج والمسمى (الهاكر) وليس بالمعنى الشائع (القرصان)، وغيرها من مفردات التكنولوجيا الرقمية، لذا يلزم الرجوع إلى ما يتاح من إحصاءات موثقة، لبيان صورة تفاعل العالم العربي مع الثورة الرقمية.

- عدد مستخدمي الإنترنت في العالم العربي وصل مع عام 2011 (بلغ حوالي 42 مليون مستخدم).
- معدل انتشار الإنترنت أو الشبكة العنكبوتية سنويا بلغ في العالم العربي ما بين (6% إلى 8%)، بينما المعدل نفسه في العالم هو (18%).
- عدد من لدية جهاز كمبيوتر في الدول المتقدمة هو 315 جهازا لكل ألف فرد، بينما العدد في العالم العربي حوالي 8%، ولعل المبادرات الحكومية، المدعومة غالباً من شركات تكنولوجيا المعلوماتية والمؤسسات الخاصة، تسعى إلى زيادة عدد أجهزة الكومبيوتر الشخصي في كل من المؤسسات التعليمية والبيوت، ما ساهم في نمو استخدام الإنترنت في كثير من البلدان العربية، (مع ذلك فإن الفروق بين البلدان العربية كبيرة، حتى أن دولتي "جزر القمر" و"الصومال" ويعدهما "موريتانيا" تكاد الخدمات التحتية والأساسية لتوفير خدمة الإنترنت غير متاحة) وقد حافظت دولة الإمارات العربية المتحدة، على موقعها المتقدم عربياً في معدل انتشار استخدام الإنترنت تليها البحرين ثم قطر، حيث بدأ مستخدمو الإنترنت بالانتقال من الاتصال بالإنترنت عبر الياف الحزمة الضيقة (الاتصال العادي) إلى الاتصال بالحزمة العريضة (دي إس إل)، كما هو الحال في مصر وقليل من الدول العربية.

وقد تبدو الصورة الرقمية في العالم العربي في حاجة إلى دعم وعمل جاد، حيث تشير الإحصاءات إلى أنه من بين كل خمسة عشر شخصاً يوجد مستخدم واحد للإنترنت، في اثني عشرة دولة عربية (فقط).

إن عدد المستخدمين للشبكة العنكبوتية في العالم مليار و463 مليون شخص، منهم 60 مليون شخص عربي أي بنسبة 4% فقط، وهو ما انعكس على عدد الصفحات الإلكترونية المستخدمة بتفعيل اللغة العربية وقد بلغت 4 ملايين صفحة، بينما العدد الكلي باللغات الأخرى 40 مليار، أي بنسبة 1% صفحة باللغة العربية.

إن القضية ليست قضية تقنية فقط، أو إمتلاك أجهزة حواسيب بنسب مرتفعة قياماً لعدد السكان، أو حتى استخدام هذه الحواسيب على نطاق واسع، وإنما هي في القدرة على إنتاج المعلومات والقدرة على تخزينها في مراكز معلومات وأبحاث، وإدارتها، فضلاً عن وجود قوانين تسمح بحرية الاتصال والتواصل، والحصول على المعلومات وتداولها، ومحو الأمية المعلوماتية، وإيجاد الظروف الاقتصادية المواتية، إضافة لشروط أخرى عديدة تتعلق بمرحلة التطور الاقتصادي والاجتماعي والسياسي والفكري في أي بلد من البلدان، وكلها من جوانب صورة (الفجوة الرقمية) في العالم العربي الآن.

وأهم العوامل التي تؤدي إلى الفجوة الرقمية بين الدول العربية والعالم المتقدم: ـ

1. اتخاذ الأنظمة العربية موقفاً متحفظاً ان لم يكن معادياً لتكنولوجيا الاتصالات إما لأسباب أخلاقية أو لأسباب سياسية لمنع الأصوات المعارضة من التعبير عن آرائها وسد الطريق أمام المواطن كي لا يطلع على مصادر إخبارية غير رسمية، إضافة إلى عقبات تقنية ومالية وغياب رؤية عربية موحدة للتطور المعلوماتي والاتصالات.
2. كون تقانات المعلومات والاتصال بحكم طبيعتها ذات قابلية عالية للاحتكار والدمج.
3. الانتقال إلى اقتصاد المعرفة مما أدى إلى تحويل عملية إنتاج المعرفة على أساس الربحية والذي أدى بدوره إلى ارتفاع كلفة الحصول على المعرفة.
4. ارتفاع كلفة إنشاء البنية التحتية لطرق المعلومات فائقة السرعة.
5. النزيف المتزايد للعقول العربية سواء الفعلي الذي يتم من خلال الهجرة أو الرقمي الذي يتم عن بعد من خلال شبكة الإنترنت خاصة للنخبة المتخصصة في مجال تقانات المعلومات والاتصالات والتي تتعرض حالياً لجذب شديد من قبل الدول المتقدمة بما ينذر باستبعاد الدول العربية من مجال البحوث والتطوير.
6. سرعة تغير تقانات المعلومات والاتصالات يزيد من صعوبة التخطيط التقاني.

7. الاستعمار الجديد للفضاء المعلوماتي تسود فيه القوى العالمية المتقدمة معظم مناطقه وتستقطب مواقعه على الشبكة العالمية الويب معظم الزوار.

وبشكل عام فإن المعوقات التي تواجه المنطقة العربية كثيرة ومتعددة، الأمر الذي يجعلها من أقل دول العالم استفادة من الثورة الرقمية، ويتعلق بعض هذه الصعوبات بقلة الامكانيات وضعفها قياساً بمتطلبات التطور التكنولوجي الذي يحتاج إلى كلفة كبيرة، إضافة إلى مآخذ أخرى مثل انتشار الامية الأبجدية في المنطقة العربية التي تصل إلى حدود 44% من مجمل السكان، وارتفاع نسب الفقر حيث تصل في بعض الأقطار العربية إلى حد 60%.

وتشير بعض الدراسات إلى أن عدد المستخدمين العرب لشبكة الانترنت سيصل في السنوات المقبلة إلى ثمانية مليون مستخدم، وهو رقم يعد ضئيلاً قياساً بمجتمعات أخرى قريبة من الناحية الجغرافية والمادية، فانه من المفيد الإشارة الى أهمية الصعوبات اللوجيستية وغياب البنية التحتية الملائمة والمؤهلة لمثل هذا العمل، فاذا كانت ظواهر الفقر وقلة الإمكانيات والمديونية ظواهر معوقة بطبيعتها، فإن غياب الاستراتيجية العربية التكاملية في هذا المضمار يعد بحق العنصر الأكثر تحديداً، الامر الذي يفرض ضرورة التفكير في إيجاد استراتيجية عربية تكاملية في مجال المعلوماتية لا تفيد فقط صناع القرار ورجال المال والأعمال والاستثمار وانما ايضاً الناشرون وأصحاب الجرائد والمجلات والمهتمين بالطباعة، خاصة إذا ما علمنا بأن أوروبا وحتى أمريكا تسيران نحو تكامل فعلي ان لم نقل اندماجا (بين عالمي المطبوعة التقليدية والنشر الإلكتروني) [34].

ويمكن أن نعثر في الخطاب العربي السائد عن مجتمع المعلومات على ثلاثة تصورات أساسية:

1. **الخطاب السياسي الرسمي:** إن التصور الذي يحمله الساسة واصحاب القرار في الوطن العربي عن مجتمع المعلومات، تصور يمكن وضعه في خانة الخطاب الموجه للاستهلاك الخارجي، ولا يخرج عن إطار التسويق السياسي، ومن هنا المنطلق عمدت مختلف الحكومات العربية الى انشاء وزارات للتكنولوجيات الجديدة أو تغيير التسميات القديمة.

وغير خفي على أحد، أن هذا الخطاب السياسي يضمر عداء لفكرة مجتمع المعلومات ويتجلى ذلك في التردد والتخوف من الانعكاسات المحتملة للثورة المعلوماتية على المجتمعات العربية بما فيها مسالة دمقرطة الحياة السياسية والمشاركة والمساءلة وحرية الإعلام.

وينعكس هذا التخوف في عدم الاهتمام بالمضامين التي تشكل الجوهر الحقيقي لمجتمع المعلومات، والإفراط والمبالغة في الاهتمام بالجوانب التكنولوجية على حساب الجوانب المعرفية، كما ينعكس أيضا في غياب الإرادة السياسية العربية الحقيقية في تغيير التشريعات والاطر القانونية بما يتلاءم وطبيعة هذا المجتمع الجديد والتردد والمماطلة في تحرير قطاعات الإعلام والاتصال والمعلوماتية من احتكار الدولة.

2. **الخطاب التقنوقراطي:** وهو الخطاب الذي يختزل مجتمع المعلومات في جملة من المؤشرات التقنية التي تستخدم كمنطلق لقياس مدى التقدم في النفاذ الى مجتمع المعلومات بناء على المؤشرات التي وضعها المكتب الدولي للاتصالات، وغالبا ما يختزل هذا الخطاب مجتمع المعلومات الى مسالة انتشار استخدام الحواسب والهاتف والارتباط بشبكة إنترنات حيث يمثل هذا المؤشر الاخير المعيار الاساسي في توصيف مجتمع المعلومات.
3. خطاب الرفض والذي يرى أن المجتمعات العربية غير مهياة اقتصادياً واجتماعياً وثقافياً للحديث عن مجتمع المعلومات، ذلك أن الفرد العربي في حاجة اليوم إلى مسالة تقاسم الثروة أكثر مما هو في حاجة الى مسالة تقاسم المعلومات.[35]

ومن أبرز الموضوعات التي ينبغي أن تناقش هي مدى ملاءمة البنى الفكرية والحضارية للعالم العربي لمجتمع المعلومات، أي الحاجة الى التناغم مع مجتمع المعلومات على الصعيد العربي من حيث بناء استراتيجيات قطرية وقومية، لإعادة تاهيل المجتمع بكل مكوناته وكذلك لتوضيح المفاهيم المتوافق عليها عالميا، ويمكن التدليل على عدم ملاءمة البنى الفكرية والحضارية للعالم العربي لمجتمع المعلومات، على سبيل التمثيل لا الحصر، من خلال ثلاثة أمثلة هي: مسالة التنوع الثقافي، وثقافة الشعوب الأصلية، والاستعمال المنزاح لأليات مجتمع المعلومات داخل البلدان العربية.

وحسب الوثائق الصادرة عن القمة العالمية لمجتمع المعلومات (12 ديسمبر 2003) (يعد التنوع الثقافي واللغوي عاملاً حافزاً على احترام الهوية الثقافية والتقاليد والاديان وهو في الوقت نفسه عامل جوهري في تطوير مجتمع معلومات يقوم على أساس الحوار بين الثقافات وعلى التعاون الاقليمي والدولي)، و(وضع وتنفيذ سياسات تحفظ وتؤكد وتحترم وتعزز تنوع التعبير الثقافي ومعارف وتقاليد الشعوب الأصلية)[36].

وهناك المشكلة الأعقد وهو ان الإنترنت لا يتلاءم اليوم في الوطن العربي مع مقومات (القرية الإلكترونية)، لأن الثقافة العربية بكل مراتبها وصنوفها (الشعبية، العملية، العالمة... الخ) تجد نفسها في موقع التعامل الاظطراري مع هذا المعطى الجديد وبمواصفات لا تخلو من سمات محلية، وغالبا ما يتم اختزال الاستعمال الشعبي للإنترنت في وجهه التواصلي الصرف، بغاية قضاء مآرب شخصية، تتارجح بين تزجية الوقت، والبحث عن المتعة أو عن منفذ بديل لواقع لا يرضى عنه صاحبه.

كما أن الواقع السياسي في الوطن العربي مازال بعيداً عن توفير أجواء الانخراط التام في مجتمع المعلومات، وهو في أمس الحاجة إلى التحديث، ومن المحقق أن (الحكومة الإلكترونية)، تظل رمزاً للتعامل الوظيفي والفعال مع المواطن، بما يحقق الاستجابة السريعة لانتظاراته في إطار اتصال اجتماعي حكومي واضح المعالم، وكالية لقياس فعالية الحكومة والإدارة العمومية من حيث كونهما جهازاً في خدمة المواطن لا العكس، ولا شك ان تطوير شكل ومضمون الحكومة الإلكترونية يعد رديفا للتحديث السياسي المنشودة.

ويستلزم مفهوم الحكومة الإلكترونية مايلي:

1. تجميع كافة الأنشطة والخدمات المعلوماتية والتفاعلية والتبادلية في موقع الحكومة الرسمي على شبكة الإنترنت.

ب. تحقيق حالة اتصال دائم بالجمهور، يوميا على مدار 24 ساعة.

ج. تحقيق الربط بين كافة المرافق الحكومية.

د. تحقيق عائدات افضل من الانشطة الحكومية ذات المحتوى التجاري.

ه. إتاحة محتوى خدماتي يغطي كافة الخدمات الحيوية وخدمات الاعمال.

ومن بين العوائق التي تعرقل الانخراط السريع للدول العربية في مجتمع المعلومات هناك عوامل ترتبط بالوضعية السوسيو- اقتصادية، ومن بينها تدني القدرة التكنولوجية (الفجوة الرقمية)، وعدم ملاءمة المنظومة التربوية (التعليم)، وتجاهل الخصوصيات الاجتماعية (الفئات الاجتماعية)، فالنسق التربوي داخل مؤسسات التعليم بالعالم العربي غير منسجم مع مجتمع المعلومات والمعرفة، كما أن الجماهير ذات الاحتياجات الخاصة مغيبة داخل السياسات القطرية الخاصة بالمجال، وقضية (الفئات الاجتماعية) رهينة بالتطوير الديمقراطي الذي هو أصلاً قاعدة لا غنى عنها لبناء مجتمع المعلومات والمعرفة.[37]

إن الطريق الى بناء مجتمع عربي ينبغي أن تبدأ من الداخل من نقطة تحديد جملة من الأولويات:

1) أولوية إنتاج المعلومات على استهلاكها، من خلال السعي الى خلق مضامين محلية بالاستعانة ببرامج حرة، وضرورة التخلي عن عقلية الزبون المستهلك.
2) اولوية المجتمع على المعلومات، ويعني ذلك أن الأمر لا يتعلق بالمادة فقط أي بالمعلومات كمادة خام وإنما بضرورة بناء محيط ثقافي واجتماعي وسياسي يؤمن بالمعلومة ودورها في الحياة اليومية للمجتمع.
3) أولوية بناء القدرات المعرفية الفردية والجماعية على الجري وراء استيراد التكنولوجيات المتقدمة والباهظة التكاليف.
4) أولوية بناء الشبكات المعلوماتية المحلية على الارتباط بالشبكات العالمية: يتركز الحديث دائما عن شبكة انترنات ومزاياها وفوائدها وضرورة ربط المجتمع العربي بشبكة الانترنات وتمكين الأفراد من الأرتباط بالشبكة ويقل الحديث عن ضرورة الاهتمام بإنشاء الشبكات الداخلية Intranet التي تشكل من وجهة نظرنا اولوية من حيث فائدتها وما تقدمه من مزايا وخدمات للفرد اكثر أهمية من الارتباط بالشبكة العالمية، ولذلك نرى أنه من الضروري جدا، وقبل التفكير في شبكة انترنات وجعلها أولوية الاولويات، ان تعمل على تصور وتخطيط وإنشاء شبكات معلوماتية محلية وربطها بعضها ببعض، وإنشاء بنوك معطيات ومعلومات وتزويدها وتجديدها على الدوام، وينبغي أن تشمل هذه البنوك مجالات واسعة كالإنتاج الفني والأدبي والتراث الشفوي والمكتوب منه والبحوث العلمية والتطبيقية المختلفة ومصادر الطاقة المختلفة وبنوك معلومات عن القدرات البشرية المختلفة وتخصصاتها، ومن الواضح أيضاً، أن احدى

جوانب أزمة الجامعات في الوطن العربي وتخلفها وانعزالها عن المجتمع وتحولها الى واحات معزولة غير قادرة على الانفتاح على محيطها الاجتماعي والتأثير فيه، مما أدى إلى فقدها الدور الريادي في قيادة المجتمع نحو المعرفة والتنمية وتمكين المجتمع من الاستفادة من المعارف التي تنتجها وليس أدل على ذلك من أن الكثير من البحوث والرسائل الجامعية ظلت حبيسة رفوف المكتبات ولم يكتب للمجتمع الاستفادة منها.

5) اولوية الاستخدام على حساب استيراد التكنولوجيات: قد لا يفيد التباهي بتعميم التكنولوجيات الجديدة في المصالح والمرافق الإدارية والعلمية المختلفة ما لم يكن هذا التعميم قائم على ترشيد الاستخدام في الاتجاه الصحيح.[38]

إن التحدي الذي يواجه العالم اليوم هو أن منافع ثورة تكنولوجيا المعلومات ليست موزعة توزيعاً متساوياً بين البلدان المتقدمة والبلدان النامية أو في داخل المجتمعات، فهناك الفجوة الرقمية التي تؤدي إلى المزيد من التهميش، وخاصة منهم الذين يعيشون في المناطق النائية والريفية وفي المناطق الحضرية المهمشة، وهذا يتطلب توفير عوامل أساسية أبرزها:

1. يتطلب بناء مجتمع معلومات أشكالاً جديدة من التضامن والشراكة والتعاون بين الحكومات وأصحاب المصلحة الأخرين، أي القطاع الخاص والمجتمع المدني والمنظمات الدولية، وتضامناً رقمياً على الصعيدين الوطني والدولي على السواء.
2. ضمان استفادة الجميع من الفرص التي تتيحها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من خلال سبل النفاذ إلى البنية التحتية للمعلومات والاتصالات وإلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وإلى المعلومات والمعارف.
3. بناء القدرات للدول، وزيادة الثقة والأمن في استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وإنشاء بيئة تمكينية على جميع المستويات، وتطوير وتوسيع تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
4. تشجيع التنوع الثقافي واحترامه.
5. الاعتراف بدور وسائط الإعلام كوسيلة اجتماعية وثقافية ومعلوماتية.
6. وضع سياسات توفر مناخاً مؤاتياً من الاستقرار وإمكانية التنبؤ والمنافسة الشريفة على جميع المستويات وتنفيذ هذه السياسات، بحيث لا تؤدي إلى اجتذاب المزيد من الاستثمارات الخاصة من أجل تنمية البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات

فحسب، وإنما تسمح أيضاً بالوفاء بالتزامات الخدمة الشاملة في المناطق التي لا تنجح فيها ظروف السوق التقليدية.

7. النفاذ إلى المعلومات والأفكار والمعارف والمساهمة فيها مسألة أساسية في مجتمع المعلومات، وضرورة إزالة الحواجز التي تعترض سبيل النفاذ المنصف إلى المعلومات لأغراض الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والصحية والثقافية والتعليمية والعلمية وتيسير النفاذ إلى المعلومات المشاع، بما في ذلك من خلال التصميمات العالمية واستخدام التكنولوجيات المساعدة.
8. تعزيز إطار الطمأنينة الذي يشمل أمن المعلومات وأمن الشبكات والتصديق، وصون الخصوصية وحماية المستهلك، شرط أساسي مسبق لتنمية مجتمع المعلومات وبناء الثقة بين مستعملي تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
9. تحقيق سيادة القانون، واقترانه بوجود سياسة داعمة شفافة تشجع المنافسة وتكون محايدة تكنولوجياً ويمكن التنبؤ بها، مع وجود إطار تنظيمي يعبر عن الواقع الوطني، أمر جوهري لبناء مجتمع معلومات غايته الناس.
10. حماية الملكية الفكرية عنصر هام من أجل تشجيع الابتكار والإبداع في مجتمع المعلومات؛ وبالمثل، فإن نشر المعرفة وبثها وتقاسمها على نطاق واسع عنصر هام لتشجيع الابتكار والإبداع.
11. خلق مجتمع جامع ومنصف قوامه الإنسان يتاح فيه لكل فرد حرية إنشاء المعلومات والمعرفة والنفاذ إليها والإستفادة منها وتقاسمها ونشرها لتمكين الأفراد والمجتمعات والشعوب من تحسين نوعية الحياة وتحقيق ذواتهم الكاملة، وهي مجتمعات تؤسس على مبادئ العدالة الإجتماعية والسياسية والإقتصادية وعلى المشاركة الكاملة للشعوب.
12. إن مجتمعات المعلومات والإتصالات تكون فيها التنمية محاطة بإطار من حقوق الإنسان الأساسية وموجهة نحو تحقيق توزيع للموارد أكثر إنصافاً بما يؤدي إلى إستئصال الفقر بطريقة غير إستغلالية وصالحة لتنمية المجتمع بيئياء إن سدالفجوة الرقمية ليس إلا خطوة على الطريق نحو تحقيق تنمية للجميع[39].

هوامش الفصل الثاني

1. انظر للتفاصيل: الوثيقة الصادرة في9 ديسمبر2003 في جنيف للقمة العالمية لمجتمع المعلومات

WSIS/PC-3/DT/6 (Rev.3)-A-

2. ذياب البداية، الأمن وحرب المعلومات، دار الشرق للنشر والتوزيع، عمان 2002، ص 53.
3. محمود أبو بكر الهوش، التقنية الحديثة في المعلومات والمكتبات: نحو إستراتيجية عربية لمستقبل مجتمع المعلومات، دار الشروق للنشر والتوزيع، القاهرة 2002، ص14.
4. محمد بن أحمد، مجتمع المعلومات من المنشود إلى الموجود/ مجلة الإذاعات العربية، العدد 3، تونس2005، ص65.
5. أحمد أنور بدر، مجتمع المعلومات والمعرفة: المصيدة الكونية للدول النامية، مجلة الإذاعات العربية، العدد 3، تونس2005، ص 53.
6. أنظر للتفاصيل: زكي حسين الوردي ومجبل لازم المالكي، المعلومات والمجتمع، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمّان 2002.
7. محمد بن أحمد، مجتمع المعلومات من المنشود إلى الموجود، مصدر سابق، ص71-72
8. الصادق الحمامي، المساءلة النظرية لمفهوم (مجتمع المعلومات)، مجلة الإذاعات العربية، العدد 3، تونس2005، ص9-17.
9. نخبة من الكتاب، مستقبل الثورة الرقمية: العرب والتحدي القادم، كتاب العربي، عدد 55، 2004، ص4.
10. المصدر السابق، ص22.
11. جوشوا مايروفيتش، انتفاء المكان، تأثير وسائل الاتصال الإلكترونية على السلوك الاجتماعي، ترجمة سميرة صفيار وجنان الخياتي الادريسي، ص348.
12. بتعيس حسلون، مجتمع جني المعلومات: مجتمع المعرفة المعولمة بين النخبوية والدمقرطة، مجلة الأذاعات العربية، تونس2005، ص28-33.
13. الصادق الحمامي، المساءلة النظرية لمفهوم (مجتمع المعلومات)، مصدر سابق، ص9-17.

14. محمد فتحي عبد الهادي: مجتمع المعلومات بين النظرية والتطبيق، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة 2007، ص116.

15. المصدر السابق، ص130-132

16. http://www.abdelmajid-miled.com/articles_ar1.php?id=7

17. http://informationstudies.net/issue_list.php?action=getbody&titleid=94

18. شادن اليافي: الإنسان والمعرفة في عصر المعلومات، دارالعبيكان، الرياض،2001، ص20.

19. حشمت قاسم:علم المعلومات بين النظرية والتطبيق، دار غريب للطباعة، القاهرة، د. ت. ص22.

20. Doc.abhatoo.net.ma/IMG/doc/nadi3.doc20-

21. اليونسكو: التقرير العالمي لليونسكو: من مجتمع المعلومات إلى مجتمعات المعرفة، مركز مطبوعات اليونسكو، القاهرة، 2005، ص 4.

22. أحمد بدر وآخرون: السياسة المعلوماتية وإستراتيجية التنمية، دار غريب، القاهرة، 2004، ص55.

23. للمزيد من التفاصيل حول تحديد مفهوم مجتمع المعلومات يمكن الرجوع إلى:

- بيل جيتس: المعلوماتية بعد الإنترنت (طريق المستقبل)، ترجمة عبد السلام رضوان، عالم المعرفة، العدد (231)، الكويت، مارس 1998.
- سهير عبد الباسط عيد: التحول المصري نحو مجتمع المعلومات، في الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات، مجلة المكتبات والمعلومات، العدد (23)، المجلد الثاني عشر، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، يناير 2005، ص 111.
- الصادق رابح: مجتمع المعلومات، في البحث عن فاعلية معرفية للمفهوم، مجلة عالم الفكر، العدد (1)، المجلد (36)، الكويت، يوليو – سبتمبر 2007، ص ص7–33.
- فتحي درويش عشيبه، على عبد الرءوف نصار: دور المدرسة الثانوية العامة في إعداد الطلاب لمجتمع المعلوماتية "الواقع وسبل التفعيل"، مجلة كلية التربية بالزقازيق، العدد (45)، سبتمبر 2003، ص ص 290–294.

24. Moore. N. (1997): The Information Society. World information Report .Paris: UNESCO, PP .272- 273.

25. المنصف وناس: مجتمع المعرفة والإعلام، الإذاعات العربية، العدد (4)، اتحاد إذاعات الدول العربية، جامعة الدول العربية، 2002، ص 17.

26. البنك الدولي: بناء مجتمعات المعرفة، التحديات الجديدة التي تواجه التعليم العالي، مركز معلومات قراء الشرق الأوسط، القاهرة، 2003.

27. أنظر للتفاصيل:

- بشار عباس: ثورة المعرفة والتكنولوجيا: التعليم بوابة مجتمع المعلومات، دار الفكر، دمشق، 2001، ص20.
- أحمد أبو زيد: المعرفة وصناعة المستقبل، سلسلة كتاب العربي، العدد (61)، الكويت، يوليو 2005، ص 96.

28. سعيد إسماعيل علي: نحو استراتيجية لتطوير التعليم الجامعي في مصر، كتاب الأهرام الاقتصادي، العدد (233)، مؤسسة الأهرام، القاهرة، فبراير 2007، ص11.

29. حسام الدين محمد مازن: الاتجاه المنظومي لتنمية مهارات التفكير المعرفية وفوق المعرفية لبناء مجتمع المعرفة العربي في ضوء معايير الجودة الشاملة العالمية، في مؤتمر المعلوماتية ومنظومة التعليم، في الفترة من 5-6 يوليو 2006، الجمعية العربية لتكنولوجيا التربية بالتعاون مع معهد الدراسات التربوية والبرنامج القومي لتكنولوجيا التعليم، القاهرة، المجلد الأول، ص ص 130، 131.

30. تم الأعتماد على مؤشرات قياس مجتمع المعلومات على المصادر التالية:

arabcin .-ttp:// www،متاح على الشبكة، [25/03 /2003]

et/Arabic/5nadwch/pivots/arabi_info_society.

- Defining and measuring eCommerce: A status report, OECD, WPIIS, http://www.oecd.org/searchResult/0,2665,en_2649_34449_1_1_1_1_1,00.html

- نور الدين شيخ عبيد، مؤشرات مجتمع المعلومات السوري لبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي، مكتب سورية، ووزارة الاتصالات والتقانة السورية، 2004
- http: / /www.idc.com /ISI2004
- ملخص التقرير الذي اعده المنتدى الاقتصادي الدولي حول تقانات المعلومات الكونية.
- Techno Information Global ReportlogyThe 2004 2005
- http: / /www /weforum.org /site /home public.nsf.

31. مؤشر تنمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، من تقرير قياس مجتمع المعلومات، طبعة 2011، من إعداد شعبة الإحصاءات والمعلومات المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في مكتب تنمية الاتصالات بالاتحاد الدولي للاتصالات، ص6.

32. http://blog.itqanbs.com/posts/455

33. مركز دراسات الاقتصاد الرقمي- دبي- وتقرير مؤتمر المتدى الاقتصادي العالمي- تقرير منظمة الأسكوا غرب آسيا، أنظر موقع:

http://baladnews.com/article.php?cat=18&article=23816

34. نخبة من الكتاب، مستقبل الثورة الرقمية: العرب والتحدي القادم، كتاب العربي، عدد 55، 2004، ص59.

35. عبد الوهاب بوخنوفة، مساءلة مفهوم مجتمع المعلومات من منظور عربي: مجلة الأذاعات العربية، العدد3، تونس2005، ص39-47.

36. أنظر للتفاصيل: (خطة العمل) الصادرة عن القمة العالمية لمجتمع المعلومات، 12 ديسمبر 2003، جنيف.

- تقرير المؤتمر الاقليمي الافريقي حول العالمية لمجتمع المعلومات، باماكو، 28/ 30 مايو 2002.

37. عبد الوهاب الرامي، مجتمع الإعلام والمعلومات والرهانات الثقافية في العالم العربي، مجلة الإذاعات العربية، العدد3، تونس2005، ص20-24.
38. عبد الوهاب بوختوفة، مساءلة مفهوم مجتمع المعلومات من منظور عربي: مصدر سابق، ص45-47
39. أنظر للتفاصيل: الوثيقة الصادرة في9 ديسمبر2003 في جنيف للقمة العالمية لمجتمع المعلومات، مصدر سابق.

الفصل الثالث

بيئة المجتمعات الرقمية

مقدمة عامة،،

منذ أواخر القرن العشرين بدأ العالم يدخل بقوّة للعيش في زمن آخر، وفي عصر آخر... إنه العصر الرقمي بكل ما تحمله الكلمة من معنى ما زال غير واضح للكثيرين، فهناك الآن بيوت تتحدث للحاسبات، ومجلات تتحدث للتليفونات اللاسلكية، وسيارات تتحدث للإنترنت، وأصبحت المعلومة في متناول الجميع بعد أنْ كانت حكراً على بعض البشر، وغدا الكمبيوتر جزءاً أساسياً من متطلبات الحياة التي لا غنى عنها، وبدأنا نشهد تحولاً في وسائل التعليم وموضوعاته، وبدخول الإنترنت والهاتف المحمول انتفت المسافة أو كادت أنْ تلتغي، وتقارب الزمن حتى كاد أنْ يصبح واحداً، فلا زمان ولا مكان قادر أنْ يفصل الإنسان عن أخيه الإنسان، حتى أمسى العالم كله ليس قرية صغيرة كما كان شائعاً في العصر التكنولوجي، بل أصغر من حجرة صغيرة في بيت، بل يمكن القول إن العالم اصبح (كمبيوتر صغير).

ومن هذه الحقيقة المعرفية ولد الواقع الجديد: الواقع الافتراضي، وهو ليس بديلاً عن الواقع الكلاسيكي بل هو عين الواقع، ذلك أنه واقع استطاع ولأول مرة في تاريخ البشرية من كسر حاجزي الزمان والمكان، فإذا كان زمن نيوتن زمنياً جبرياً وثابتاً في كل مكان وزمان حسب قانون نيوتن الشهير من أن السرعة تساوي مقدار المسافة المقطوعة في زمن معين، وإذا كان زمن اينشتاين هو زمن متحرك يعتمد اعتماداً كلياً على السرعة ولا يلغي عامل المسافة، بل يعترف به مقراً بعدم إمكانية إلغائه حين حدد السرعة القصوى التي لا يمكن تجاوزها بسرعة الضوء، فإن زمن الواقع الافتراضي (الزمن الرقمي) هو زمن متحرك يسعى للوصول إلى الثبات، إلى الواحد المطلق، وفي الزمن الرقمي هناك بعدان أو ركنان فقط هما السرعة والزمن، ويغيب بل ينتفي عامل المسافة، حيث المسافة نهاية تقترب من الصفر وحيث السرعة تساوي الزمن وحيث الزمن يساوي واحداً، وحيث الرقمان الوحيدان الموجودان هما الصفر والواحد.

وقد ولد نتيجة للعصر الرقمي والزمن الرقمي مجتمع جديد هو المجتمع الرقمي، الذي يعيش ويتفاعل أفراده مع بعضهم البعض في الواقع الافتراضي، وفي هذا المجتمع هناك اقتصاد جديد هو الاقتصاد الرقمي، وهناك سياسة جديدة هي السياسة الرقمية، وحروب من نوع آخر، أشد وأقسى هي الحروب الرقمية، وهناك ثقافة أخرى، وعلاقات إنسانية وعاطفية متشابكة ومختلفة كل الاختلاف عما يجري في العالم الواقعي، فعلى صعيد الاقتصاد مثلا، ولد مفهوم التجارة الإلكترونية، حيث أصبح بإمكان الناس أنْ يشتروا أي شيء يريدونه من أي مكان في العالم وفي أي وقت يشاءون عن طريق الإنترنت من دون مغادرة أماكن جلوسهم خلف الشاشة الزرقاء، وأصبح إنشاء الشركات وممارسة الأعمال لا يحتاج لأكثر من جهاز حاسوب واتصال بشبكة الإنترنت، أما على صعيد التعليم فقد بدأت تظهر المدارس التخيلية التي ليس لها وجود مادي على أرض الواقع ولكنها موجودة فقط في أقراص الحاسبات العملاقة ومواقع شبكة الإنترنت ونظم معلومات التعليم المختلفة، بل إنّ المدرسة الحقيقية العادية أصبح لها وجه افتراضي إلى جانب وجهها الواقعي فهناك الآن أعداد كبيرة من المدارس والجامعات التي أنشأت لنفسها مواقع على الإنترنت تقدم خدمات تعليميّة دخلت في صميم المنهج الدراسي، وأصبحت من الأجزاء الأساسية المكونة له، فهناك دروس تبث عبر الشبكة، وهناك مدرسون افتراضيون يمكن التوجه لهم بالأسئلة والدخول معهم في حوارات تفاعلية كاملة، والأمر لم يتوقف على المدارس فقط بل وصل إلى الجامعات وخرج إلى دول العالم المختلفة، بحيث أصبحنا نرى الآن خريجين يحملون الشهادات الجامعية من جامعات موجودة في الخيال فقط.(1)

وخلال عقد الثمانينات من القرن العشرين ظهرت تكنولوجيا جديدة على نقل مواد الاتصال باستخدام الأسلوب الرقمي، ومن مميزات الاتصال الرقمي (Digital communication) بالمقارنة بنظام الاتصال التماثلي (Analog communication):

1. يتخذ الاتصال الرقمي شكل الشبكة الرقميّة حيث تكون مراحل الأرسال والقناة والاستقبال عمليّة واحدة متكاملة، ولا تؤثر عليه ظروف البيئة وأحوال الطقس مقارنة بالاتصال التماثلي.

2. يتسم نظام الأتصال الرقمي بالنشاط والقوة التي تجعل الاتصال مؤسساً ومصاناً كوحدة متكاملة عاليّة الجودة، حيث يكون الاتصال الرقمي فعالاً في نقل المعلومات الى مسافات بعيدة من خلال إستخدام الأ ليناف الضوئيّة (Optical Fiber)، كما تكمن قوة الأتصال الرقمي وقوته من خلال عدة أبعاد مثل مقاومة التشويش، ومقاومة التداخل في الحديث، وتصحيح الأخطاء الكترونيا... الخ.
3. تتسم الشبكة الرقميّة بقدر عال من الذكاء، بحيث يصّمم النظام الرقمي لكي يراقب تغير أوضاع القناة بصفة مستمرة ويصحّح مسارها.
4. المرونة، حيث تخضع النظم الرقميّة عادة للتحكم من جانب برنامج(Soft ware) بالحاسب الالكتروني.
5. الشمول، حيث يسمح النظام الرقمي بنقل البيانات في شكل نصوص وصوت وصورة ورسوم بقدر عال من الدقة.[2]

وقد ساعد على إبراز هذه السمات وتعميقها بروز عوامل مهمة أبرزها:

1. بدء استعمال الألياف البصرية التي تحمل كميات هائلة من المعلومات الرقميّة.
2. اكتشاف خاصية النقل اللاتزامني التي تسمح بنقل الرسائل بسرعة شديدة، خاصة الصور المتحركة.
3. الضغط الرقمي الذي يسمح بخفض المعدلات المطلوبة لبث الصور التلفزيونية بمقدار عشرة اضعاف.
4. التقدم الذي حققته الأقمار الصناعية في حل المعدلات الرقمية العالية.[3]

وقد أدى تفجير المعلومات الى احداث تعقيدات في طرق إيصال المعلومات وملاحقتها، وصاحب ذلك حاجةً متزايدة إلى تنظيم المعلومات وتخزينها بأساليب تتيح استرجاعها بأقصى سرعة وفي أي مكان، وهذا ما أدى إلى ظهور علم جديد هو علم المعلومات الذي ارتبط بالثورة التكنولوجية واستفاد منها في عملية نقل المعلومات وتوفيرها، من خلال تكنولوجيا المعلومات.

إن التقدم الذي حدث في تكنولوجيا المعلومات والاتصال Information Communication Technologies لم يكن يحدث لولا هذا الاندماج بين تكنولوجيا

المعلومات التي أصبحت بفضل التحسينات التي زودتها بها الأنظمة الرقمية أكثر قدرة على النفاذ لأعداد متزايدة من الجمهور، وعلى معالجة كم أضخم من البيانات وبشكل سريع، والتي سمحت للبيانات المكتوبة والمسموعة والمسموعة المرئية أن يتم توصيلها إلى أي مكان في العالم، وبتكلفة اقتصادية يمكن تحملها.

الصراعات والاندماجات

إن المجتمع الرقمي هو عبارة عن مجتمع حديث ومتطور نجم عن تبني ودخول تقنية المعلومات والاتصال إلى الحياة المنزلية وإلى مكان العمل ودخولها في المؤسسات التعليمية واستخدامها في وسائل الترفية والاستجمام، وقد أثرت التقنية الرقمية الحديثة بشكل جذري على هوية وقيمة المعلومات، وبات من السهل اقتناء واختزال بل واختراق الأنساق المعلوماتية المختلفة، واصبح من الممكن تكسير الحواجز الأمنية التي تحمي المعلومة خصوصاً بشكلها الرقمي الجديد.

إن الإفراط في حجم المعلومات المتاحة يمثل مشكلة ليس بسبب كميتها الزائدة عن الحدوإنما لكونها بلا مضمون، وربما لا ينتبه الكثيرون لمثل ما توصل إليه جون براون مدير لأحد مراكز المعلومات، إذ وضح أن التطور التاريخي لمصدر المعلومات في الماضي كانت الصحف اليومية وصفحات الكتب والإذاعات هي مصدر المعلومات الرئيسي، وكانت المعلومات موثوق فيها، أما الآن فالثقة في المعلومات قلت مع خلوها من المضمون، والصورة الحالية لمصادر المعلومات تبني ذهناً مشوشاً ويجب ان نحدد معنى التطور التقني لتكنولوجيا المعلومات، فليست كل صور التكنولوجيا تؤدي إلى التطور، فقد بات الاهتمام بالحصول على المعلومة بصورة سريعة وسهلة أمراً جعلنا نضيق أفقنا بحيث أصبح كل ما تهتم به هو إرسال واستقبال المعلومة فقط، وأن التركيز الآن في تكنولوجيا المعلومات ينصب على فعالية المعلومات وسرعتها وليس على أهميتها، وهناك الكثير من الأدوات الفعالة مثل الهواتف الجوالة وماكينات البحث على الإنترنت والنسخ الإلكترونية من الصحف تثير قلق المتلقي لأنه يحصل على معلومة لا يثق في أمنها وسلامتها.[4]

إن المجتمع الرقمي يعكس صورة المجتمع ككل من حيث التقدم واستيعاب وتكامل التقنيات الرقمية في كل من المنزل والعمل والتعليم والترفيه وغيرها من الأنشطة، وخطط

المجتمع الرقمي تشمل وتغطي البنية التحتية والاجراءات التنظيمية والتي تؤثر بشكل مباشر على اقتصاديات البلاد وعلى السكان مثل التعليم والإطار التنظيمي وتطوير قطاع تقنية المعلومات والاتصالات، وتقوم تقنية المعلومات والاتصالات بتغيير الاقتصاديات والمجتمعات في جميع أنحاء العالم، كما تقوم بتحويل الأسلوب الذي تستخدمه الحكومات في تنفيذ أعمالها وخدمة مواطنيها، حيث يتحدد وضع دولة ما في العالم تبعا للفعالية التي تواجه بها الفرص التي يوفرها الانتقال إلى مجتمع رقمي والتحديات التي يفرضها هذا الانتقال، وهذا الانتقال لن يتحقق إلا عن طريق مدخل شامل ومتكامل، وذلك لأن كافة العناصر متصلة فيما بينها وتعتمد بعضها على البعض، فعلى سبيل المثال ستصبح البنية التحتية لأكثر الحكومات الإلكترونية تقدما ذات قيمة ضعيفة إذا لم يملك المواطنون المهارات اللازمة أو الدافع الاقتصادي للحصول على الخدمات إلكترونياً، بينما يتسبب عدم كفاية دعم التشريعات للمعاملات الإلكترونية في عدم استخدام البنية التحتية للسداد الإلكتروني حيث تعتمد معاملات الدفع الإلكتروني على الحماية التي توفرها هذه التشريعات في المقام الأول.[5]

إن التغييرات السريعة والمتلاحقة في النظام الاقتصادي العالمي والمتمثلة في العولمة والحرية الاقتصادية وإزالة العوائق أمام تدفق التجارة وفتح الأسواق وإقامة التكتلات الاقتصادية وزيادة المشكلات الاقتصادية والمالية التي تواجه الدول النامية والمتقدمة أدت إلى زيادة حدة المنافسة بين الشركات وزيادة التحديات التي تواجهها.

لذلك نشطت حركات الاندماجات بمختلف أطرها وأشكالها في مختلف بقاع العالم وإن تباين مدى هذه الاندماجات وقوّتها من مكان إلى مكان تبعاً لقوة الحركة الاقتصادية وجدواها الربحيّة والاستراتيجيّة فقد شكّلت أمريكا اللاتينيّة على سبيل المثال أكثر الأسواق جاذبيّة لصفقات الاندماج والاستحواذ خلال الأعوام الأخيرة.

ولمواجهة هذه المنافسة اتجهت العديد من الشركات والمؤسسات في العالم إلى الاندماج، وقد نشأ عن عمليات الاندماج كيانات عملاقة ذات تقدم تقني ورأسمالي وتكنولوجي يمكنها من استغلال حدة المنافسة العالمية لصالحها واللعب في ميدان المنافسة الحرة الخالية من العوائق.

أن الاندماج هو الطريق الأمثل لخفض التكاليف ورفع مستوى الكفاءة، حيث يترتب عليه أربع مزايا أساسية هي:

1. تخفيف تكاليف الإنتاج والخدمات.
2. زيادة القدرات المالية والكفاءة.
3. تحسين نوعية الإنتاج والخدمات المقدمة.
4. زيادة القدرات التنافسية.

وتسعى العولمة إلى تحطيم الحدود والحواجز إنْ لم تحطّمها فعلاً، وجعل العالم كلّه سوقاً واحدةً، وهي جادّةٌ في ذلك من غير أيّ نقاشٍ أو جدال، عبر الاتفاقات الدّوليّة والقوانين الّتي تفرضها على دول العالم فرضاً؛ ترغيباً وترهيباً كما حدث على سبيل المثال عندما حدّدت منظّمة الجات ـ GATT مدّة سبع سنين حدّاً أقصى للدّول غير المنضمّة إليها من أجل الانضمام وإلاّ فإنّها ستُقاطَع تجاريّاً، ولذلك نجدنا متّفقين مع ألفين توفلر في وصفه للمرحلة الرّاهنة بأنّها عاصفةٌ يمرُّ بها الاقتصاد تفرض على الاقتصاديين شروطاً وترتيباتٍ جديدةً من التّعامل وذلك في قوله: (في العاصفة الّتي يمرُّ بها اقتصاد الموجة الثّالثة تعادل العولمة فإنّه يأخذ شكلاً جديداً يوصف بأنّه الحاجب المرتفع، أكثر تنوّعاً، وأسرع في التّنفيذ، وأكثر تحقيداً من اقتصاد الماضي القديم، وتحتاجُ مستويات هذه الوثبة إلى مستويات أعلى لتشغيل المعرفة).

ومن ذلك نجد، أنّه لا مكان للضّعفاء أبداً في ميدان التّنافس، وإن كان ثمّة نوافذ صغرى أو كبرى مفتوحة فيما مضى فإنّها الآن غير موجودةٍ أبداً، وبهذا المعنى تقريباً قال أُورين هاتش: تستطيع مايكروسوفت سحق أيّ منتجٍ منافسٍ لمنتجاتها، بإدماجه في الإصدارات التّالية من ويندوز.

وتسير الاندماجات كما يبدو ضمن سياقين هما الاندماج الإرادي والاندماج القسري، ولكلٍّ منهما أكثر من شكل وأكثر من تصنيف، أمّا الاندماج الإرادي فهو أن ما يتمُّ بالقناعة والتّراضي بين شركتين أو أكثر انطلاقاً من بعض الظّروف أو الشّروط المعطاة أو المفروضة عليهم أو على بعضهم.

وعلى سبيل المثال عرضت خمس عشرة شركة أمريكيّة كبيرة في مجال الاتصالات، بما في ذلك شركات عملاقة مثل موتورولا ـ Motorola ولوروال سبيس آند كوميونيكيشنز ـ Loral Space and Communications وتيليديسك ـ Teleaesic وهي مشروع مشترك بين شركتي ميكروسوفت ـ Microsoft المملوكة لبيل جيتس وجريج مكاو رائد الهواتف المحمولة مشاريع تنافسيّة ستؤدّي إلى تطويق الأرض بكوكبة من الأقمار الصّناعيّة، وإلى تمكين أيّ فرد في أيّ مكان من الاتّصال الفوري بأيّ شخص أينما كان من دون حاجة إلى إنشاء أيّة بنية أساسيّة للاتّصالات على الأرض بالقرب من المرسل أو المستقبل.[6]

كما أعلنت شركة فودافون العملاقة للهواتف المحمولة وشركة تليفونيكا في بريطانيا عن خطط مشتركة لإنشاء شبكة واحدة تجمعهما، وتهدف هذه الخطوة إلى تحسين التغطية الحالية، والإسراع في بدء تنفيذ خدمات "4 جي" فائقة السرعة، والتي ستتيح للمستخدمين تحميل مقاطع الموسيقى ومقاطع فيديو على هواتفهم النقالة من الإنترنت بسرعة عالية، على أن يكون ذلك بحلول عام 2015.

إن هذه الشراكة سوف تقلل الفجوة الرقمية لدى الملايين من الأشخاص في جميع أنحاء البلاد وسوف تعطي قوة للمرحلة المقبلة من ثورة الهواتف الذكية، ومن شأن هذه الصفقة أيضا أن تحافظ على إنخفاض التكاليف بالنسبة للشركتين، وخاصة في وقت يضعف فيه الانفاق الاستهلاكي في أوروبا بشكل عام.[7]

وتواصل الشراكة بين (إريكسون) و(أكامي) تحسين مستويات الأداء الفني لخدمات الحوسبة السحابية، وعلاوة على ذلك، شاركت إريكسون مؤخراً مع المجتمع التنظيمي في جميع أنحاء المنطقة من أجل المساعدة في وضع سياسات تسهم في تطوير نظام بيئي سحابي صحي، ولا سيما في مجالات مثل الأمن، والموثوقية، والخصوصية، والأداء والصلاحيات، على سبيل المثال لا الحصر.

وتتهيأ شركات الهاتف الجوال الأوروبية حالياً للدخول في مرحلة اندماج طال انتظارها، فمع تباطؤ معدلات النمو وتزايد الحاجة إلى خفض التكاليف وسداد الملايين من أجل إنشاء شبكات اتصالات جديدة ذات سرعة أكبر، بدأ المتنافسون القدامى في توحيد

قواهم داخل الأسواق على مستوى القارة الأوروبية من أجل حصد المكاسب التي قد تعود بها عليهم اقتصاديات الحجم.

ويتخذ صناع السياسات في أوروبا موقفاً داعماً، حيث صرحت نيلي كروس، مفوضة الاتحاد الأوروبي لشؤون الاتصالات، بأن الاندماج سوف يساعد صناعة الاتصالات داخل القارة العجوز في المحافظة على مكانتها التنافسية مع منافسيها في الولايات المتحدة وآسيا، اللتين سمحت عمليات الاندماج التي تمت فيهما بسرعة الانتقال إلى تطبيق تقنيات جديدة، وتتجاوز مزايا الاندماج بين شركات الاتصالات زيادة قاعدة العملاء والإيرادات وتحسين تغطية شبكات الاتصال اللاسلكي، حيث ستتمكن الشركات أيضاً من توفير الملايين أثناء بناء الجيل التالي من شبكات نقل البيانات اللاسلكية القائمة على تقنية الجيل الرابع المعروفة باسم (إل تي إي).

وفي بريطانيا، أعلنت شركة (فودافون) وشركة (O2 المملكة المتحدة)، وهي احد فروع مجموعة الاتصالات الإسبانية (تيليفونيكا)، أنهما ستقيمان فيما بينهما مشروعاً مشتركاً لضم شبكتيهما فقط، وليس ضم الشركتين نفسيهما، بهدف توفير تكاليف التشغيل وتقليل نفقات بناء شبكة (إل تي إي).

وفي ألمانيا، بدأت شركتا الهاتف الجوال رقم 3 ورقم 4 - وهما شركة (O2 ألمانيا)، وهي فرع مجموعة (تيليفونيكا) هناك، وشركة (إي بلس) المملوكة لعملاقة الاتصالات الهولندية (كيه بي إن) في دراسة خيارات اندماج أو بيع للشركات التابعة لهما، التي فشلت على مدار سنوات في تحقيق إنجازات ملموسة أمام منافسيها الأكبر منها، وهما شركتا (تي موبايل) و(فودافون).[8]

وبدون شك فقد شهد العالم الرقمي إندماجات وتعاون مثمر في مجال الأتصال الرقمي وتطويره، والتقارب بين شركات تقنيات الاتصالات والمعلومات، عندما أعلنت كل من شركة (مايكروسوفت) و(نورتل) عن دخولهما في تحالف استراتيجي بناء على الرؤية المشتركة التي تجمع بين الشركتين حول تقنيات الاتصالات الموحدة، ويشمل هذا التحالف تعاون الشركتين في جميع المجالات التكنولوجية والتسويقية والتجارية، ويفتح أمامهما آفاقاً جديدة من فرص النمو، حيث سيؤدي إلى إحداث تغيير جذري في أنظمة الاتصالات

والتواصل التجارية، ويخفض من نفقات التشغيل ومستويات التعقيد، ويحسن من مستويات الإنتاجية لدى العملاء، ويؤدي هذا التحالف إلى الجمع بين شبكات نورتل وبين برمجيات مايكروسوفت، الأمر الذي سيؤدي بدوره إلى التعجيل بطرح أنظمة الاتصالات الموحدة في الأسواق مستقبلاً، وتقوم أنظمة الاتصالات الموحدة على مفهوم جديد في عالم التكنولوجيا يستفيد من احدث التقنيات من أجل كسر الحواجز التي تقف اليوم بين أجهزة الاتصالات العصرية، وبين أنظمة الاتصالات المعتمدة على الشبكات كالبريد الإلكتروني، والرسائل الفورية والهواتف، وأنظمة المؤتمرات المعتمدة على الوسائط المتعددة، مما يسهل على المستخدمين الوصول إلى زملائهم وشركائهم وعملائهم باستخدام الأجهزة نفسها والتطبيقات التي يستخدمونها بشكل يومي، وهذا ما أدى إلى قيام الشركتين بأحداث تطوير جذري في الأنظمة الهاتفية التقليدية التي تعتمد عليها الشركات التجارية وتحويلها إلى الاعتماد على البرمجيات، من خلال منصة مايكروسوفت البرمجية للاتصالات الموحدة ومنتجات نورتل البرمجية، مما يوفر للعملاء المزيد من إمكانيات الاتصالات الهاتفية المتطورة، وهذا يؤدي إلى تخفيض نفقات الامتلاك الكلية، وحماية استثماراتها الحالية والمستقبلية بصورة أفضل، كما أنه سيمهد الطريق أمام تطوير تطبيقات أحدث وأكثر ابتكار.

وبشكل عام فان هذه الخطوة ستؤدي بتسريع توفير أنظمة الاتصالات الموحدة تقوم على الأستخدام الأرقى والنفقات الأقل، وتوفر أنظمة عالية الجودة والاعتمادية في زمن قياسي، وأنظمة قادرة على تحمل المسؤولية والتعامل مع أكثر احتياجات الاتصال حساسية وأهمية، كما أعلنت (يه تي آي تكنولوجيز) بأن شركة مايكروسوفت قد زودت أجهزة (إكس بوكس360) ذات محركات الأقراص الرقمية عالية الدقة HD DVD بتقنية فك شفرة H.264 من (أي تي آي تكنولوجيز) لتمكن المستخدمين من مشاهدة صورة الفيديو H.264 صافية وحقيقية وفائقة الدقة عند تشغيل الأقراص الرقمية عالية الدقة.

ومن المعروف أن هذه الأقراص الرقمية عالية الدقة يتم تشفيرها باستخدام واحدة من ثلاث منظومات معتمدة لتوفير دقة تصل إلى ستة أضعاف الدقة التي توفرها الأقراص الرقمية التقليدية، وستضيف هذه الأقراص الرقمية عالية الدقة بعداً جديداً لمتعة مشاهدة الأفلام المنزلية.[9]

العرب والعالم: أمم صاعدة وأمم مندهشة

إن واقع الفجوة الرقمية في العالم ووضع البنية الأساسية لمجتمع المعلومات والاقتصاد الرقمي خاصة في الدول النامية يشير إلى الحقائق التالية[10]:

1. معدل انتشار الإنترنت أو الشبكة العنكبوتية سنويا بلغ في العالم العربي ما بين (6% إلى 8%)، بينما المعدل نفسه في العالم هو (18%).
2. يسيطر العالم الأنجلوساكسوني على نسبة كبيرة، يقدر بأن 78% من المواقع على الشبكة هي باللغة الإنجليزية، بينما تشكل مواقع التجارة الإلكترونية باللغة الإنجليزية على الإنترنت نسبة ستة وتسعين بالمائة من مجموع مواقع التجارة الإلكترونية (70% منها للولايات المتحدة الأميركية).
3. عدد المستخدمين للشبكة العنكبوتية في العالم مليار و463 مليون شخص، منهم 60 مليون شخص عربي أي بنسبة 4% فقط، وهو ما انعكس على عدد الصفحات الإلكترونية المستخدمة بتفعيل اللغة العربية وقد بلغت 4 ملايين صفحة، بينما العدد الكلي باللغات الأخرى 40 مليار، أي بنسبة 1% صفحة باللغة العربية.
4. أكثر من 80% من سكان العالم لا يتصلون بالهاتف وبالطبع لا يستخدمون شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) أو البريد الالكتروني أو التجارة الإلكترونية.
5. يقدر عدد المشتركين في شبكة الإنترنت حالياً بحوالي 2% من سكان العالم فقط رغم أن أعدادهم تتضاعف بسرعة غير مسبوقة.
6. تستحوذ الدول المتقدمة التي تقطنها نحو 15% من سكان العالم على حوالي 88% من مستخدمي الإنترنت، بينما تبلغ نسبة المشتركين في الإنترنت في دول جنوب آسيا التي تقطنها نحو 20% من سكان العالم ما نسبته 1% فقط.
7. ما زالت البلدان العربية في مؤخرة دول العالم في امتلاك مراكز الدراسات والمعلومات وتعتمد على مراكز الآخرين.
8. أما في أفريقيا التي يقطنها 12% من سكان العالم فإن عدد المشتركين يبلغ نحو مليون شخص وتمتلك 14 مليون خط هاتف (أي أقل من عدد الخطوط في مدينة طوكيو وحدها أو في حي مانهاتن في مدينة نيويورك) وتتركز 80% منها في 6 دول فقط في القارة الأفريقية.

ويتبين من الحقائق إن فجوة المعلومات بين الدول النامية والدول المتقدمة آخذة في الاتساع، الأمر الذي يعد خطيرا كما أوضح جان جيجون(Jean Jipucp) رئيس مجلة إدارة الاتحاد الدولي للإتصالات في قوله: اذا لم تصبح جميع دول العالم أطرافا فاعلة في الثورة العالمية، فسوف تتسع الفجوة بين من يملكون ومن لا يملكون، مما يفسح المجال لزيادة التهميش، وسوف تزيد هذه من احتمالات العزلة الثقافية والدينية والعرقية، التي تفضي بدورها الى صراعات إقليمية ومحلية.[11]

ويشير الواقع الميداني، والدراسات الميدانية البحثية، إلى وجود فجوة رقمية بين بلدان أدخلت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في ميادين العمل والحياة، وأغلبها في منطقة الخليج، وبلدان لازالت متعثرة في هذا المجال، مع وجود خلل في مجال استخدام تكنولوجيا المعلومات والإعلام، وخاصة في مجال الإنترنت، حيث تم تصنيف الدول العربية إلى مجموعات ثلاث: مجموعة التطور السريع وتشمل الكويت والإمارات العربية المتحدة، ومجموعة الدول الصاعدة وتشمل كلا من مصر والأردن ولبنان والسعودية، ومجموعة الدول السائرة في طريق النمو وتضم المغرب وعُمان وسوريا، وتتصدر الإمارات الدول العربية من حيث نسبة مستخدمي الإنترنت ثم البحرين وقطر والكويت.

بيئة الإعلام الجديد

تشير دراسة عالمية إن العالم يغرق اليوم في بحور متلاطمة من المعلومات نتيجة الانتشار الواسع والمذهل لإستخدام الإنترنت حيث يقدر العلماء أن 800 مليون ملعومة توجه لكل شخص سنوياً وأن معدل المعلومات الجديدة المؤكدة سنوياً في تزايد كبير جدا[12].

إن ظهور الإعلام الجديد يعني بداية تحرير الإنسان من أجهزة التوجيه الإعلامي التي تسيطر على عقله، وهو تحرر مزدوج يشمل حرية الاتصال، وحرية الاستقبال، ومن مظاهر هذه الثورة الإعلامية:

1. تسهيل الحصول على المعلومات وهي لاتزال طرية من مصادرها المباشرة، فبمجرد نقره على شاشة الكمبيوتر ينتقل القارئ من موقع إلى موقع أينما أراد على وجه الأرض، ويقرأ أي موضوع يشاء بأي لغة يفهم، دون مصادرة أو قيود.
2. تسهيل إيصال المعلومات إلى الجمهور دون تحكم من الأنظمة المستبدة أو رجال المال المحتكرين لملكية وسائل الإعلام، وتوفير المعلومات الصحيحة هو أول خطوات التغير، وقد كان احتكار أهل السلطة والثروة للمعلومات في الماضي من أهم الوسائل التي يحتمون بها.
3. التمكن من إيصال الرسالة الإعلامية بالشكل الذي يريده المرسل، دون تدخل موجه من أباطرة الإعلام، الذين اعتادوا التصرف في المعلومات التي تصلهم وصياغتها وإخراجها بالطريقة التي تخدمهم، على حساب المرسل الأصلي ورسالته.
4. رخص ثمن الاتصالات، بل ومجانيتها في أغلب الاحوال، مما يجعلها متاحة للجميع، ولا مجال لإحتكارها من طرف الحكومات القمعية أو الشركات الاحتكارية، ومن فوائد رخص ثمن الاتصالات وإنتشارها إشراك عامة الناس في المعلومات، وهي الخطوة الأولى لإتخاذ الموقف السياسي السليم.

ويبدو إن الإتجاه الدولي المعاصر، هو سيطرة الإعلام الجديد على الحياة وتغيير أنماط المشاهدة وعادات القراءة، حيث بدأ هذا الاعلام الرقمي يقضي على إعلام الورق (الصحف) ويبدأ يضايق إعلام الصورة (التلفزيون) وهو مرشح للسيادة في المستقبل بسبب الميزات التالية:

1) إن الاعلام الالكتروني يعطي القارئ فرصة إطلاع أكبر من الناحية الكمية، ففي جلسة واحدة أمام الكمبيوتر يستطيع القارئ أن يطالع عشرات المصادر الإعلامية، من جميع أنحاء العالم، دون تكلفة مالية تذكر.
2) أعطى للقارئ حرية الاختيار والانتقاء والمقارنة، من خلال الاطلاع على العديد من المصادر المختلفة الرؤى والخلفيات، مما يعني تحرير إرادة المتلقي في تعاطيه مع الوسيلة الاعلامية.
3) يمكّن من القراءة المتخصصة، بمعنى عدم استنزاف الوقت والجهد في تصفح الصحف بحثاً في موضوع معين، أو برنامج مخصوص في إحدى القنوات التلفزيونية، بل أصبح

الانترنت: بوسائل البحث في مادته، يعطي الفرصة للإطلاع على الموضوع المراد في الوقت الذي نريده.

4) الرسالة الإعلامية في الإعلام الرقمي تتميز بالعالمية، بمعنى تجاوزها الحدود والقيود التقليدية التي تقيد وسائل الإعلام، بخلاف الانترنت فلا تحده حدود المكان، وهو مجاني أو شبه مجاني في العادة.[13]

وتحتكم الفجوة الرقمية كواقع حال قائم، إلى مؤشرين أساسيين اثنين هما:

المؤشرالأول، ويتمثل في التردي العام الذي يطبع شبكات الاتصالات الهاتفية والتي هي المدخل الأساسي لمجتمع الإعلام والاتصال، فعلى الرغم من أن بعض الدول العربية قد قطع شوطاً لا بأس به في تطوير بنيته التحتية في هذا المجال، ولكن تظل السمة العامة محصورة في المؤشرات الأدنى على المستوى العالمي، فلدينا هاتف واحد لكل عشرة من المواطنين العرب في حين أن هناك خطاً واحداً لكل 1.7 من المواطنين في الدول المتقدمة.

المؤشر الثاني، فيكمن في مرآب الحواسيب ومستوى الارتباط بشبكة الإنترنت في المنطقة العربية عموماً وداخل كل دولة عربية على حدة، والثابت كما يقول تقرير التنمية الإنسانية العربية، إن نسبة الحواسيب لكل 1000 نسمة لا يتعدى 18 حاسوباً قياساً إلى المتوسط العالمي الذي يناهز 80 حاسوباً لكل ألف شخص.

وهناك إذاً في المحصلة النهائية فجوة رقمية كبرى بين الدول الصناعية وبين الدول العربية فيما يخص واقع حال الشبكة الهاتفية، كما واقع حال مرآب الحواسيب، كما في مستويات الارتباط بشبكة الإنترنت، وبالتالي فنحن في داخل الدولة العربية الواحدة إزاء ليس فجوة تقنية في ما بين الفضاءات والمجالات الجغرافية فقط، ولا إزاء فجوة في التجهيز (للمقاولات وللأفراد) فقط، بل وبالأساس إزاء هوة بنيوية كبرى تنهل في منبعها من فجوات اقتصادية واجتماعية وثقافية استتب أمرها لدرجة يستعصى معها التحليل.[14]

وهناك صعوبات لتطوير المعلوماتية في الوطن العربي أبرزها:

1. التمويل غير الكافي لبحوث الاتصالات والمعلوماتية، فقد أدى غياب التمويل الكافي لصناعة البرمجيات إلى الاعتماد المتزايد على الخبراء الأجانب وهو ما جعل قطاع

المعلوماتية العربي يشارك بـ 0.5% في الدخل القومي العربي الإجمالي، وتعد الدول العربية مستورداً صافيا لتكنولوجيا الاتصالات والمعلوماتية.

2. البطء في صنع قواعد قانونية جديدة للاتصالات، ففي كثير من الدول العربية يوجد اتجاه لتعديل قوانين الاتصالات بسبب الضغوط المرتبطة بشروط الالتحاق بمنظمة التجارة العالمية WTO، وللتقدم في عملية الخصخصة، غير أن إصدار قوانين تتناسب مع متطلبات المعلوماتية مازال يتسم بالبطء الشديد، ونظراً لعدم وجود قوى اجتماعية تستفيد من هذه التعديلات، فإن الضغوط على الحكومات العربية تأتي غالباً من البيئة الدولية، وهو ما يمكن الالتفاف عليها لبعض الوقت.

3. الفقر الرقمي، فبينما يوجد تطور معتدل في الوصول إلى الإنترنت في بعض الدول العربية، فإن غالبية المجتمعات العربية تعاني من نقص الخدمة وتدهورها، ويذكر إن مجمل الشبكات الموصلة في العالم العربي تعادل 500 كابل فقط في الولايات المتحدة، ويرتبط بذلك أنه لا يوجد اتصال مباشر أو متبادل بين مزودي الخدمة العرب، وهو ما يصعّب التجارة الإلكترونية العربية البينية، ويزيد من حدة المشكلة أنه لا توجد مبادرة عربية لحل هذه المشكلة، ومن ثم فإن الغالبية من الدول ترتبط بظهير عالمي مما يزيد من تكلفة الاتصال بين الدول العربية وبعضها.

4. ضعف إمكانات المعلوماتية والاتصال علياً، فمعظم أدوات المعلوماتية مستوردة من الخارج، ولا توجد مبادرة عربية كبرى للتعامل مع هذه المعضلة، التي تؤثر بدورها على صناعة البرمجيات العربية من حيث الاعتماد الكلي على لغات البرمجة العالمية، يضاف إلى ذلك نقص الأيدي الماهرة والمدربة القادرة على التعامل مع تلك البرمجيات، بالإضافة إلى ضعف مستوى التعليم وضعف التمويل الحكومي أو فشله في جذب استثمارات أجنبية.

5. هامشية السياق اللغوي المحلي، وبما يقود إلى حالة عجز عربي عن التلاؤم مع ضرورات ومستحدثات المعلوماتي والتجارة الإلكترونية، فعلى الرغم من أن هناك 300 مليون عربي يتحدثون العربية بما يجعل العربية اللغة السادسة في العالم من حيث عدد المتحدثين بها، إلا أن عدد مواقع الشبكة الدولية للمعلومات باللغة العربية لا يزيد عن 1% فقط من كل مواقع الشبكة حسب بيانات سنة 2001، وربما تحسن الوضع قليلاً في السنوات التالية.[15]

البيئة التمكينية لمجتمع المعلومات

إن توفر بنية تحتية متطورة من شبكات المعلومات والاتصالات وتطبيقاتها، تكون مكيفة لمراعاة الظروف الإقليمية والوطنية والمحلية ويسهل النفاذ إليها بتكلفة معقولة، وتستفيد على نحو أكبر من إمكانات تكنولوجيا النطاق العريض وغيرها من التكنولوجيات المبتكرة حيثما أمكن، من شأنه أن يزيد سرعة التقدم الاجتماعي والاقتصادي في البلدان وأن يعزز رفاه جميع الأفراد والمجتمعات والشعوب وهذا لا يمكن أن يتحقق إلا بتوافر شروط أساسية أبرزها:

1. **الحكم الرشيد:** ينبغي للحكومات من أجل تعظيم الفوائد الاقتصادية والاجتماعية لمجتمع المعلومات، تهيئة بيئة قانونية وتنظيمية وسياسية يوثق بها وتتسم بالشفافية وعدم التمييز وتكون قادرة على تشجيع الابتكارات التكنولوجية والمنافسة مما يساعد على اجتذاب الاستثمارات الضرورية خاصة من القطاع الخاص في إقامة البنية التحتية وتهيئة خدمات جديدة، وهذا لا يتم إلا من خلال:

أ. تحديد الالتزامات والمسؤوليات على المستويات الوطنية والإقليمية.

ب. المشاركة النشطة من جميع أصحاب المصلحة من خلال تهيئة بيئة تمكينية تولي الإعداد الواجب لحقوق والتزامات جميع أصحاب المصلحة في هذا المجال ومنها حرية التعبير وحماية المستهلك والخصوصية والأمن وحقوق الملكية الفكرية والحلول المفتوحة المصدر وإدارة العناوين وأسماء الميادين على الإنترنت مع تقديم الحوافز الاقتصادية اللازمة وتأمين الثقة والأمان لأنشطة المشروعات.

2. **بيئة السوق:** من المستلزمات الضرورية لنفاذ الجميع إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات واستخدامها توفر البنية التحتية للاتصالات وخدمات الاتصالات بأسعار في متناول الجميع وكذلك تجهيزات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

- ينبغي تشجيع المنافسة، بما ذلك شبكات النفاذ المحلية، عملاً على خفض الأسعار وضمان التحديث المستمر للشبكات والخدمات، وهذا لايتم إلا من خلال:
- تشجيع الاستثمار في الاتصالات الريفية من خلال إطار قانوني داعم.

- إلغاء الرسوم على تجهيزات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
- تحاشي الاحتكار في خدمات الاتصال الجماهيرية وتشجيع التنوع في مصادر المعلومات.
- النظر في وسائل بديلة لحل المنازعات إلى جانب إجراءات التقاضي العادية، من أجل الإسراع في تسوية المنازعات.

3. **التوحيد القياسي:** ينبغي أن يقوم مجتمع المعلومات على أساس قواعد من المعايير التقنية الدولية القابلة للتشغيل البيني، ويمكن للجميع النفاذ إليها، وعلى أساس الابتكارات التكنولوجية في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وأنظمة تساعد على تبادل المعرفة على الأصعدة العالمية والإقليمية ودون الإقليمية من خلال أي نوع من أنواع الاتصال.
4. **إدارة الطيف:** ينبغي العمل على إدارة الطيف الراديوي بما يحقق المصلحة العامة والعمومية وفقاً لمبدأ الشرعية الأساسي، مع المراعاة الكاملة للقوانين والقواعد الوطنية والاتفاقات الدولية ذات الصلة.
5. **حماية المستهلك:** يعد فقدان السرية والمحتوى غير القانوني والضار وحماية القصر من الأمور التي تثير مخاوف فعلية لدى المستهلكين، ويعد ضمان سرية المعلومات الشخصية أمراً أساسياً في بناء مجتمع المعلومات.
6. **إدارة الإنترنت:** يجب أن تكون الإدارة الشفافة والديمقراطية للإنترنت هي الأساس في بناء ثقافة عالمية تتصل بالأمن السبراني ويجب أن تقوم منظمة دولية، دولية حكومية بإدارة الخدمات الأساسية وتخصيص أسماء الميادين والعناوين ضمن بروتوكول الإنترنت على أساس متعدد الأطراف وديمقراطي وشفاف.
7. **حقوق الملكية الفكرية:** من المهم وجود توازن بين حقوق الملكية الفكرية والمصلحة العامة، فحقوق الملكية الفكرية تؤدي دوراً حيوياً في تشجيع الابتكار في البرمجيات والتجارة الإلكترونية وما يرتبط بها من مبادلات واستثمارات، ولكن الأمر يحتاج إلى تشجيع المبادرات التي تكفل التوازن المنصف بين حقوق الملكية الفكرية ومصالح مستعملي المعلومات وفي الوقت نفسه عدم تجاهل التوافق العالمي الذي تحقق بشأن مسائل حقوق الملكية الفكرية في المنظمات المتعددة الأطراف، وهذا لا يتم الا من خلال:

- وضع إطار قانوني مناسب لإنشاء مجال مشاع للمعارف والتكنولوجيا.
- تعزيز الحماية من الاستخدام غير العادل للمعارف المتصلة بالشعوب الأصلية.[16]

وبأختصار إن سيادة القانون، واقترانها بوجود سياسة داعمة شفافة تشجع المنافسة وتكون محايدة تكنولوجياً ويمكن التنبؤ بها، وبوجود إطار تنظيمي يعبر عن الواقع الوطني، أمر جوهري لبناء مجتمع معلومات غايته الناس، ويتعين على الحكومات التدخل عند الاقتضاء لتدارك مواطن القصور في السوق، وللحفاظ على المنافسة النزيهة واجتذاب الاستثمار وتعزيز تنمية البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتطبيقاتها ولتعظيم المنافع الاقتصادية والاجتماعية، ولخدمة الأولويات الوطنية.

إن توفر بيئة دولية دينامية وتمكينية تدعم الاستثمار الأجنبي المباشر ونقل التكنولوجيا والتعاون الدولي، لا سيما في مجالات التمويل والديون والتجارة، إضافة إلى مشاركة كاملة وفعالة من جانب البلدان النامية في عملية صنع القرار عالمياً، كل هذه الأمور تمثل عناصر حيوية تستكمل جهود التنمية الوطنية المتصلة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ومن شأن تحسين التوصيلية بتكلفة معقولة على الصعيد العالمي أن يسهم مساهمة كبيرة في فعالية هذه الجهود الإنمائية.

كما ينبغي الإلتزام بمبادئ حرية الصحافة وحرية المعلومات وكذلك بمبادئ الاستقلال والتعددية والتنوع في وسائط الإعلام، وهي عناصر جوهرية في مجتمع المعلومات، ومن الأمور الهامة في مجتمع المعلومات حرية التماس المعلومات وتلقيها وإذاعتها واستعمالها لإحداث وتراكم ونشر المعرفة، ولابد لوسائط الإعلام استعمال المعلومات بطريقة تنم عن الشعور بالمسؤولية وفقاً لأعلى المعايير الأخلاقية والمهنية، وتؤدي وسائط الإعلام التقليدية بجميع اشكالها دوراً هاماً في مجتمع المعلومات، وينبغي أن تؤدي تكنولوجيا المعلومات والاتصالات دوراً داعماً في هذا الصدد، وتشجيع تنوع ملكية وسائط الإعلام بما يتفق مع القوانين الوطنية مع مراعاة الاتفاقيات الدولية ذات الصلة، وضرورة الحد من اختلال التوازن في وسائط الإعلام على الصعيد الدولي ولا سيما فيما يتعلق بالبنية التحتية والموارد التقنية وتنمية المهارات البشرية.

والإقرار بأهمية الأخلاق لمجتمع المعلومات، الذي ينبغي أن يرعى العدالة وكرامة الإنسان وقيمته، وينبغي توفير أقصى حد ممكن من الحماية للأسرة لتمكينها من أداء دورها الحاسم في المجتمع، وأن يراعى في استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وخلق المحتوى احترام حقوق الإنسان والحريات الأساسية للآخرين، بما في ذلك الخصوصية الشخصية والحق في حرية الفكر والضمير والدين تمشياً مع الأعراف الدولية.

أن الهدف المتفق عليه عالمياً هو الاستمرار في عبور الفجوة الرقمية، وتعزيز النفاذ إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وإيجاد فرص رقمية وتسخير إمكانات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لصالح التنمية.[17]

الفصل الرابع

وسائل الإعلام الرقمية ومجتمع الغد

مقدمة عامة:

مع تفجر المعرفة والثورات المعلوماتية والاتصالية بدأت دول الغرب التي تملك أدوات الإعلام ووسائل إنتاج المواد الإعلامية تحتكر الإعلام مما أفسح المجال (للتدفق والإغراق الإعلامي) باتجاه واحد، وأصبح العالم الأول معه مرسِلاً والعالم الثالث مستقبِلاً، وحصر نفسه بالنقل الموضوعي المحايد للأخبار بل أصبح ينقل المواد ذات المحتوى الدعائي السياسي فاتسم بالقصدية حيث شرعت تلك الجهات بإشاعة وترويج ثقافتها وقيمها ونظمها بذريعة عولمة الإعلام.[1]

ومنذ عقدين من الزمن، تحول العالم من مجتمعات مبنية على المواد الأولية والاستخراجية إلى مجتمعات صناعية أو زراعية أو فلاحية أو حديثة بلغة الفلاسفة إلى مجتمعات مبنية على الإنتاج المعرفي وإنتاج المعطيات والبيانات، أي هناك تحول تدريجي للمجتمعات المتقدمة بالأساس نحو هذا المجتمع المبني على المعرفة والمعلومات والمعطيات وتداول الخبرات.

ومع تطور تكنولوجيا المعلومات ووسائل الإعلام السمعية والبصرية والأقمار الصناعية والصورة الإلكترونية وأجهزة الاتصال الحديثة، أصبح الإنسان يتلقى المعلومة التي تؤثر عليه بكل لحظة وبكل مكان في العالم حتى وصفت بعض الحروب الحديثة بأنها (أول حرب متلفزة في التاريخ البشري) يتم نقلها ببث حي ومباشر وبالصوت والصورة فوراً وإلى كل موقع على خارطة الكرة الأرضية.

إن تكنولوجيا الإعلام، هي عملية مرتبطة بالوسيط أو في خطاب علم الاجتماع تسمى الإعلام الجماهيري، كأقمار صناعية وفضائيات وكوابل تحت الأرض،... الخ، وتكنولوجيا المعلومات، المرتبطة بالمعلوماتية، حيث تشتغل على قطاع المعلومات تكنولوجيا الاتصال، التي تكمن في نقل المعلومات من النقطة A إلى النقطة B من خلال التبديل وأجهزة الكوابل والتحويل...الخ، وهذه القطاعات الثلاثة كانت إلى حين 1980 أو 1982

متمايزة، فكنا نميز بين ما هو تلفزيون ومعلوميّات، وبين ما هو اتصالات، لأنهم لم تكن لهم لغة مشتركة، وعندما لا تكون اللغة مشتركة يصعب التواصل بين الإنسان فما بالك بالأدوات، وفي بداية الثمانينات تم وضع تقنية جديدة رقمية عبارة عن مجموعة متسلسلة من 0،1 تترجم كل الخطابات، مكتوب أو مرئي أو مسموع، إلى سلسلة من البثات يسهل على الحاسوب قراءتها والتواصل مع الحواسيب الأخرى، وهذه التقنية مكنت من القطاعات أن تتوحد، ومكنت المهن الإعلامية أن تتوحد بدليل أن القمر الصناعي الذي يدور فوق الأرض في الأصل كان خاص بالاتصالات، واليوم لا زال خاص بالاتصالات لكنه اليوم يمرّر الصورة، ويمرر للمعطي، إذا نحن بإزاء توحيد قطاع كان فيما مضى موزع على ثلاثة قطاعات، وهذا التوحيد للقطاعات من قطاع صغير إلى قطاع كبير أفرز أيضاً خطابات جديدة من قبيل مجتمع المعلومات، وفي الغرب هناك اطروحات تبين أن المجتمعات الناشئة ستكون مجتمعات شبكية، أي أن الناس تشتغل إدارة إلكترونية، وإلكترونيات، وجامعات إلكترونية، لدرجة أن المجتمع في نهاية المطاف سيكون مجتمع إلكتروني أو مجتمع شبكي.[2]

ويقوم تقدم وسائل إعلام المستقبل، في جوهره، على تقنية أساسية هي الترقيم، ففي الاجهزة التقليدية، الموسومة بالتناظرية، كانت تنقل الإشارات (الإذاعية التلفزيونية...الخ) في صورة موجات كهربائية متصلة، بينما نظام الترقيم يقوم على ترميز الإشارات مثل متواليات عدديّة، هي ذاتها ممثلة غالباً في نظام ثنائي بمجموعتي صفر وواحد، وهكذا صارت الإشارة مسجلا ذا طبيعة اعلاميّة، وفوائد الترقيم عظيمة، فهي تتعلق بنقل المعلوماتية ومعالجتها معا، كما إن فوائده في معالجة الاشارة أيضاً.[3]

عالم المجتمات الشبكية

هناك حقيقة واحدة تبقى أمام المستقبل، وهو أن مجتمع الغد لن ينبثق من النزاع بين الطبقات والدول كما كان يريده ماركس والداروينيون، ولا من النزاع بين الأنواع التكنولوجية، كما كان يظن ماكلوهان بل سيكون هذا المجتمع على صورة شبكات التبادليّة الاجتماعيّة، التي تضمن تعددية التبادل بين الناس والثقافات، وهو آخر ملجأ لإرادتهم في الحياة[4].

فالحاجة الى المعلومات عن الأفراد ليس هدفاً بحد ذاته، فهي تنتج من حاجات أساسية أكثر، أما تكون ضمن العقل البشري، وأما تنشأ من الحياة في المجتمع، وهذه الحاجات هي:

- الحصول على العلم والثقافة.
- الأمن.
- الحاجة إلى الترفيه. [5]

إن الإعلام اليوم، شأن أية سلعة صناعية، ينتج ويخزن ويحوّل وينقّل ويوزع على طول سلسلة إعلامية، ويمكن إنتاج المعلومة على ثلاثة أنواع من المرتكزات: الصوت (محادثات صوتية، بث إذاعي، تسجيلات: والمعطيات (نصوص، جداول، أرقام، رموز) والصور (أفلام، فيديو، صور عددية) [6]، بمعنى إن مجتمع المعلومات لم يولد على يد تكنولوجية الأتصال وحدها، ولا على تكنولوجيا الحاسبات الإلكترونية وحدها، ولكن ولد بالمزاوجة بين هذه التكنولوجية وتلك، حيث يمر العالم اليوم بمرحلة تكنولوجية معلوماتية واتصالية تتسم بسمة أساسية هي المزج بين أكثر من تكنولوجيا تمتلكها أكثر من وسيلة، ويطلق عليها مرحلة الاتصال متعدد الوسائط،التكنولوجية التفاعلية، تكنولوجيا الوسائط المهجنة.

وتفترض التوجهات الحالية لتكنولوجيا الاتصال الحديثة ظهور أحد التصورات التالية لبيئة الاتصال في القرن الواحد والعشرين:

1. تكريس العزلة والتفتت الجماهيري، ويتبنى هذا التصور على انتشار خدمات الاتصال الفردية، وإقبال الأفراد المتزايد على امتلاك هذه الخدمات، وميل الأفراد إلى الانفراد.
2. تكريس الهيمنة والإندماج لوسائل الاتصال من خلال ميل وسائل الاتصال الجماهيري إلى التركيز في كيانات ضخمة، [8].

ويرى مارك هانس مؤلف كتاب (فلسفة جديدة لإعلام جديد) في تحليله للتفاعل بين المتلقي ووسائل الإعلام الرقميّة، بأنه في عصر الإعلام التفاعلي (Interactive

media) أضحت الصورة في ذاتها (عمليّة) مرتبطة بالنشاط الجسدي، حيث يصبح الجسد الإنساني(فلترا) يؤطر الصورة الرقميّة [9].

وطرحت الإنترنت تحديات تنافسية، ولكنها وفرت أيضاً فرصاً للقطاع الإذاعي بالراديو والتلفزيون: فقد أشارت الأبحاث إلى أن بعض الناس يستخدمون الإنترنت ويشاهدون البرامج التلفزيونية في الوقت نفسه، كما تستطيع محطات التلفزيون أن تروج لبرامجها من خلال إصدار نشرات أخبار ومعلومات عن برامجها على الإنترنت، كما تستطيع محطات الإذاعة (الراديو) المحلية تقديم برامجها في أي مكان تقريباً في العالم من خلال الربط بالإنترنت، وفي حين يُمكن لمحطات الإذاعة والتلفزيون توجيه مستمعيها إلى مواقع إنترنت مصاحبة لها للحصول على تغطية مفصلة أكثر للأخبار، إلا أنها وجدت أن توجيه مستعملي شبكة الإنترنت إلى البرامج الإخبارية أكثر صعوبة، إلا أن وسائل الإعلام الإذاعية (من راديو وتلفزيون) عثرت على تكنولوجيا مبتكرة لتحسين إعداد تقارير الأنباء، فقد أصبحت برامج الأخبار التلفزيونية تتضمن رسوماً بيانية جديدة واقعية، خاصة الرسوم البيانية المتحركة الخاصة بالأحوال الجوية التي تتكهن بالمسار الذي ستسلكه العواصف المتحركة نحو المنطقة، وأصبحت التقارير المباشرة الفضائية تأتي من كل مكان، حتى من على متن حاملات الطائرات أو القوافل العسكرية التي تجتاز إحدى الصحاري، ولأول مرة في التاريخ، شاهد المواطنون العاديون الحرب في دول أخرى أثناء وقوعها وتطور أحداثها، وقدم المراسلون الذين تم دمجهم مع القوات المسلحة في حرب احتلال العراق عام 2003 تقارير شخصية عبر المفكرات الشخصية المدونة على الإنترنت (البلوغز)، علاوة على تقاريرهم الإذاعية المنتظمة، فحافظت بذلك الأخبار على قدرتها على اجتذاب المشاهدين وعلى ربحيتها.

الإنترنت: شبكة الشبكات

إن الثورة الرقمية، التي شهدها قطاع الإعلام والاتصال والمعلومات بداية ثمانينات القرن الماضي، لم تكن فقط خلف خلق لغة مشتركة بين مكونات هذا القطاع، بل ودفعت بجهة دمج ذات المكونات وصهرها لدرجة يتعذر على المرء معها الفصل أو التمييز بين ما هو إعلام خالص وما هو أداة اتصال وتواصل وإخبار، وبالتالي أضحى للكلمة المكتوبة كما للصوت المسموع كما للصورة المرئية لها حامل واحد وبنية تحتية واحدة ليس من الهين تمييز بعضها عن بعض بحكم تحولها مجتمعة إلى سلسلات متتالية وغير متناهية من الآحاد

والأصفار، ولهذا نجد من بين ظهراني شبكة الإنترنيت ليس فقط منابر في الإعلام مكتوبة (جرائد ومجلات وغيرها)، بل وأيضا منابر للإعلام المسموع (محطات إذاعية) وأخرى مرئية من قنوات أرضية وفضائيات وما سواها.

فالعديد من المنابر المطبوعة أقامت لنفسها مواقع بالإنترنيت مضمنة إياها صورة طبق الأصل لصيغتها المكتوبة أو مضيفة إليها بعض الأبواب أو الروابط أو النوادي الحوارية أو ما سواها.

وهناك منابر إعلامية افتراضية تم تصميمها خصيصا للشبكة، ولا يمكن الإطلاع على مضامينها إلا بولوج مواقعها حيث بإمكان المرء الحصول على المعطيات نفسها والمعلومات، لكن ميزتها الأساس كونها خاضعة للتحديث الدوري والمنتظم عن الأحداث الجارية.

وهناك مواقع المحطات الإذاعية والتلفزية التي تقدم بالكلمة والصوت والصورة ما يتسنى لها برمجته للبث مباشرة أو تسجيلاً أو ما سوى ذلك، هي مواقع بالصوت والصورة لكن أيضاً بالكلمة والمعطى أو ببعض منها.[10]

وتستخدم شبكة الانترنت العالمية كوسيلة إعلامية، حيث إن اغلب وسائل الإعلام التقليدية تمتلك موقع على الشبكة للوصول إلى جماهيرها الذين اتجهوا إلى الانترنت للحصول على معلوماتهم الحدثة باستمرار، إضافة إلى استخدام الشبكة للتواصل بين الأفراد من خلال البريد الالكتروني، وجماعات الأخبار والمنتديات وغيرها، مما حققت الانترنت مقولة أن العالم أصبح قرية كونية واحدة وربما جعلت العالم عائلة واحدة، ومثلما تعتبر الانترنت وسيلة اتصال جماهيري، لها القدرة على نشر الصحيفة أو المجلة أو أي وسيلة إعلامية تقليدية لمحتواها جماهيرياً، فهي تستخدم ايضا كوسيلة اتصال شخصي كالتلفون مثلا، فهي وسيلة اتصال جماهيري من حيث القدرة على نشر الصحيفة أو المجلة أو أي وسيلة إعلامية تقليدية لمحتواها جماهيرياً.

وبينما كان استخدام الانترنت مقصور على الأكاديميين في بداياتها الأولى، إلا انها سرعان ما انتشرت لتصبح وسيلة أعمال واتصال ذات مصداقية عالية،حيث الاتصال بين

فرد ومجموعة أو بين شخص وآخر، أو بين مجموعة وأخرى، فالاتصال عبر الشبكة بالمقارنة بوسائل الاتصال الأخرى يعد بديل متميز وذو تكلفة معقولة، كما تشتمل الشبكة كوسيلة إعلامية وتسويقية على طرق اتصال متعددة إلكترونية تعرض الموقع والصوت والصورة والحركة، وقد يشتمل الموقع على الإعلان الجماهيري، والتسويق المباشر والبيع الشخصي والترويج جميعها في مكان واحد، مما ساهم في الاسراع في التحويل إلى مجتمعات رقمية، وباختصار فأن شبكة الإنترنت ما هي إلا وسيلة إعلامية جماهيرية الكترونية تحد الأسهل في عملية الإعلام والتسويق، وقد وصل بأحد الباحثين إلى القول بأن ما يهدد الجنس البشري ليس حرباً نووية، بل جهاز كمبيوتر مستقل.[11]

وعندما نتحدث عن تقنية الانترنت غالباً ما يتبادر إلى أذهاننا العديد من الأشكال المألوفة لمستخدميها، من مواقع إخبارية، مواقع ترفيهية: اتصال ومحادثة، تحميل برمجيات، حكومة إلكترونية، خدمات مختلفة ومليارات من صفحات المعلومات المختلفة، بالإضافة إلى البريد الإلكتروني، ولكن هناك شيء جديد اسمه النشر الالكتروني، حيث بدأ عبر برمجيات مرتفعة الثمن استطاعت قلة من مؤسسات الإعلام الكبيرة امتلاكه إلى أن ظهرت برمجيات مجانية تمكن الجميع من إيجاد مواقعهم المعتمدة على أنظمة (إدارة المحتوى - ContentManagement Systems) وانطلقت مئات آلاف المواقع الشبابية الخاصة ومواقع التجمعات الصغيرة بشكل لم يسبق له مثيل من قبل على الانترنت، وانقلب مفهوم الصفحات الجامدة للأنترنت إلى أشكال من التفاعل المتبادل غير المسبوق من قبل على مستوى الكرة الأرضية، حيث يتبادل فيها مليارات البشر الآراء والمعلومات والأخبار بأساليب متعددة معتمدة بمعظمها على تقنيات نشر على الأنترنت طرحت مجاناً من قبل مطورين شباب وفق أنظمة المصادر المفتوحة (Open Source) للاستخدام والتطوير المستمر.

وبالرغم من كوننا في عصر المعلومات، إلا أن أكثر من نصف سكان الكرة الأرضية لا يملكون هاتفاً، ونحو 5 مليارات شخص ليس لديهم جهاز كمبيوتر خاص، كما أن 55% من مستخدمي الكومبيوتر يتركزون في أمريكا الشمالية، هذه الأرقام التي وضعت أمام حاضري قمة جنيف للمعلومات دفعتهم إلى مناقشة إمكانية توفير استخدام الإنترنت في الدول النامية، وفي هذا الإطار ولد الطموح بالوصول بالإنترنت إلى نصف سكان العالم

بحلول عام 2015، ويبدو أن هذا الحلم يقترب من التحقق، إذ يزداد عدد مستخدمي الإنترنت سنوياً بنحو 20%، لكن الفجوة ما زالت قائمة بين الدول الكبرى والدول النامية، فقد جاء في تقرير اليونسكو أن خدمة الإنترنت تتوفر فقط لـ 11% من سكان العالم، وأن 90% منهم يقطنون في الدول الصناعية، ويعد الصين البلد الثاني المرتبط بالشبكة في العالم بعد الولايات المتحدة، غير أن 4% فقط من سكانها يملكون جهاز كمبيوتر.[12]

ثورة الانفوميديا

إنترنت مأخوذة من INTER NET وهي اختصار لـ(الشبكة العالمية) والعرب يسمونها اختصاراً (الشبكة) مثل ما يسميها مستخدمي الإنجليزية NET، وتعتمد شبكة إنترنت على ما يعرف في علم تصميم الشبكات بأنه (تصميم سهل)، لأن شبكة إنترنت تقوم بعمل وحيد أولي وبسيط وهو ايصال رسالة رقمية بين عقدتين لكل منهما عنوان مميز بطريق (التخزين والتمرير) store and forward بين عقد عديدة ما بين العقدة المرسلة والعقدة المستقبلة، بحيث لا يمكن التنبؤ مسبقا بالمسار الذي ستأخذه الرسالة عبر الشبكة، كما يمكن أن تقسم الرسالة إلى أجزاء يتخذ كلا منها مساراً مختلفاً وتصل في ترتيب غير ترتيبها الأصلي الذي يكون على العقدة المتلقية أن تعيد ترتيب الرسالة.

ويعرف الإنترنت بأنه(هو جزء من ثورة الاتصالات) ويعرف البعض الإنترنت(بشبكة الشبكات) في حين يعرفها البعض الآخر بأنها (شبكة طرق المواصلات السريعة).[13]

بدأت فكرة إنشاء شبكة معلومات من قبل إدارة الدفاع الأمريكية في2/ 1/ 1969 عن طرق تمويل مشروع من أجل تقديم خدمات للقوات المسلحة، وعدد كبير من الجامعات التي تعمل على ابحاث ممولة من القوات المسلحة، وسميت هذه الشبكة باسم (أربا) ARPA اختصار الكلمة الإنجليزية The Advanced ResearchProject Administration وكان الهدف من هذا المشروع تطوير تقنية تشبيك كمبيوتر تصمد أمام هجوم عسكري، وصممت شبكة (اربا) عن طريق خاصية تدعى طريقة إعادة التوجيه الديناميكي Dynamicrerouting وتعتمد هذه الطريقة على تشغيل الشبكة بشكل مستمر حتى في حالة انقطاع إحدى الوصلات أو تعطلها عن العمل، حيث تقوم الشبكة بتحويل

الحركة إلى وصلات أخرى، وإنتقلت ARPANET بسرعة من مشروع بحث إلى وسيلة إتصال واستخدمت في خدمات البريد الألكتروني ومجموعات المناقشة وتبادل الملفات، كما ازداد حجم الشبكة تدريجياً، وفي عام 1979 ولدت الـUsenet (وهي عبارة عن شبكة كبيرة من مجموعات المناقشة) واخذ عدد الجامعات الموصولة بالإنترنت يزداد تدريجياً.

وفي البدايات كان هناك ثلاث طرق للحصول على المعلومات من الشبكة، طريقتان من هذه الطرق كانتا تُستخدمان للبحث عن ملفات محددة من مجموعة الملفات المتواجدة على كومبيوتر واحد وهما Archie وWAIS أما الطريقة الثالثة Gopher فكانت تستخدم للإبحار عبر الملفات باستخدام نظام القوائم، ولكنها لا تؤمن خدمة البحث عن الملفات، وفي عام 1983 سميت الشبكة(إنترنت) وتعني (الشبكة العالمية) وزاد انتشارها، وفي عام 1991 ظهر اختراع جديد كان سبباً رئيسياً في شهرة الشبكة وانتشارها حول العالم، واعني بذلك شبكة(الويب) والتي تسمى باللغة الإنجليزية (World Wide Web) وتختصر WWW، اخترع هذه التقنية العالم الفيزيائي البريطاني (تيم بونيرزلي) في المعهد الأوروبي للطاقة النووية في سويسرا، فنشأت بفضل هذا الأختراع صناعات وأسواق يبلغ حجمها مليارات الدولارات تعتمد كلياً على شبكة الويب وإنترنت.

وحسب الدراسات العالمية الحديثة التي أجراها مركز بيو للبحث، فأن نسبة تصفح الإنترنت بين الشباب الذين لا يعيرون الأخبار اهتماماً كبيراً تزداد بشكل ملحوظ حيث وجد إن صغار السن الذين يملكون أجهزة حاسب آلي يميلون الى تقليل مشاهدتهم للتلفزيون أو قراءتهم للصحف أو استماعهم للمذياع، كما ان واحد من كل ثلاثة أمريكيين يتصفحون الإنترنت للأخبار مرة كل أسبوع على الأقل مقارنة بـ 20% فقط، ولوحظ أيضاً أرتفاع مصداقية معلومات الانترنت بين المستخدمين، وذلك بأرتفاع مصداقية الوسائل الإعلامية عبر الشبكة بالمقارنة مع الوسائل نفسها بشكلها التقليدي، حيث كان لتقويم مصداقية شبكة (السي أن أن) عبر الإنترنت بـ 54% مقارنة بـ 40% لتقويم تلفزيون (سي ان ان) التقليدي، والشيء نفسه ينطبق على القنوات التلفزيونية الاخرى كـ (اي بي سي)، و(فوكس نيوز) وغيرها.

ويعزى الإقبال الكبير على تصفح الإنترنت إلى خاصية التفاعلية التي توفرها، بالإضافة إلى الجاذبية التي تتميز بها عناوينها، وسرعتها في تحديث معلوماتها والعمق

التحليلي الذي توفره أما عبر مصادرها الخاصة أو بتوصيل المستخدمين إلى مواقع أخرى اكثر تخصصية مما ساهم في جذب فئة المتعلمين وصغار السن خاصة في ظل ارتفاع أهمية عامل الوقت.

وفي استفتاء عن استخدام الإعلام،أظهر أن استخدام الإنترنت قد زاد، بالمقارنة مع تضاءل مشاهدة التلفزيون وقراءة الصحف، وقد أرجع الباحثون تضاءل نسبة مستخدمي الإعلام التقليدي الى تزعزع مصداقيته والثقة به.[14]

وفي تقرير أخير قدّر عدد المستخدمين للشبكة بحوالي (245) مليون مستخدم وإن غالبية هذه الزيادة ستكون خارج الولايات المتحدة الأمريكية،[15] ويزداد سنوياً عدد مستخدمي الإنترنت في ألمانيا، وبشكل خاص بين الشباب، وتشير الإحصائيات الأخيرة إلى أن أهمية هذا الوسط الرقمي تزداد بين من تتراوح أعمارهم بين 16 إلى 24 سنة من يوم إلى آخر، الأمر الذي يجعله بالنسبة لهم أهم من الراديو والتلفاز.

ووفق الدراسة التي قام بها اتحاد مسوقي الانترنت في أوروبا فأن نسبة انشغال الشباب بالإنترنت تجاوز انشغالهم بالتلفاز بمعدل 10 بالمائة، أي أنهم يقضون أمام جهاز الكومبيوتر ما معدله 5.9 يوماً في الأسبوع، الأمر الذي يتجاوز بشكل واضح معدل من يكبرهم سناً، مما يعني إن نتائج الدراسة جاءت متوافقة مع نتائج دراسة مماثلة قامت بها شبكتا التلفزة الألمانيتان الرسميتان الأولى والثانية (أي. أر. دي) و(زت. دي. أف)، وغالباً ما يستخدم المواطنون الألمان الإنترنت للإطلاع على الأحداث الراهنة في ميادين السياسة والاقتصاد وغيرها من مجالات الحياة، وبالرغم من أن مواقع دور النشر وشبكات التلفزة على الشبكة العالمية بدأت تأخذ المزيد من الاهتمام، إلا أن الأغراض الرئيسية من استخدام الشبكة العنكبوتية تتجاوز ذلك لتشمل البحث واستقبال وإرسال البريد الاليكتروني، وفي سياق التواصل مع الآخرين تأخذ مواقع مثل (فيسبوك) و(تودي فاوتست) الألماني أهمية أكبر بين الشباب المستخدمين للإنترنت.[16]

ويرى (كاكو) أن الأعمدة الثلاثة للعلم الحديث هي: المادة والحياة والعقل، وإن قمة الإنجاز العلمي في القرن العشرين كان الكشف عن العناصر الأساسية التي تعتمد عليها هذه الأعمدة الثلاثة، والتي تمثلت في تحطيم نواة الذرة وفك شفرة نواة الخلية وتطوير

الحاسوب، وفي المرحلة القادمة يتعين على البشر التعامل مع ثلاث ثورات علمية، هي ثورة الكم وثورة الحاسوب والثورة البيوجزيئية.[17]

ويقول فرانك كيلش في كتابه ثورة الانفوميديا(The Informedia Revolution) سيكون المحرك الاقتصادي للاقتصاد العالمي الجديد مكوناً من صناعة الأنفوميديا (Infomedia)، وهي الحوسبة والاتصالات والإلكترونيات الاستهلاكية، وهذه الصناعات هي أكبر الصناعات العالمية الآن واكثرها ديناميكية ونمواً بحيث يبلغ 3 ترليون دولار، وسيكون عصر الأنفوميديا اعظم انطلاقة واضخم تعزيز على مدار التاريخ للاقتصاد العالمي، خارج النطاق العسكري، وسيكون محرك التقدم للتكتلات الاقتصادية والتجارية العظمى، اسيا وأوروبا وأمريكا الشمالية، في القرن المقبل.[18]

ولعل أزمة قضية انقطاع الانترنت في 30 يناير عام 2008 على مناطق من العالم، وتوقف مصالح الأفراد والمؤسسات، وتضرر الدول في المجالات الاقتصادية والمعلوماتية والمالية، يؤكد على أهمية الإنترنت في الحياة المعاصرة كمحرك أقتصادي وتجاري، حيث أصيبت اتصالات شبكة الإنترنت وخدماتها باضطراب واسع في عدة دول في الشرق الأوسط من بينها الأردن ولبنان، وتأثرت أيضاً دول الخليج العربي بهذه الأعطاب، ووصل التأثيرإلى الهند شرقاً، فضلا عن مصر التي انخفضت قدرات الشبكة فيها عن 70٪، وتضاربت التفسيرات حول الانقطاع في دول الشرق الأوسط في الوقت الذي لم تتعرض كابلات الإنترنت الخاصة بإسرائيل لأي سوء في الوقت الذي تعرضت لبنان والأردن ومصر لهذا القطع.

ويلعب النشر عبر الإنترنت أدواراً عدة: فأحياناً يأخذ شكل النموذج التقليدي للاتصال الجماهيري كالصحف والمجلات والإذاعة والتلفاز، ويصبح دوره مجرد ناقل للطبعة التقليدية بينما يخرج الأخر كطبعة الكترونية بحته كصحيفة جماهيرية مخصصة للإنترنت مثلا، كما هي في الوقت نفسه وسيلة اتصال شخصي كما هو حال البريد الإلكتروني، أو وسيلة اتصال جمعي كالجماعات الاجتماعية على الشبكةمن خلال وسائل عديدة كالمنتديات والدردشة بين المشاركين، كما أن المستقبل أو المستقبلين قد يأخذون أشكالاً متعددة كأن يكون المستقبل فرداً واحداً، أو مجموعة صغيرة أو مئات الآلاف أو حتى الملايين.[19]

وفي الصناعة الإعلامية، يرى أحد الباحثين بأن الانترنت أحدثت ثورة كبيرة في عالم الصحافة، حيث أن غالبة الصحف العالمية لجأت لحجز موقع في الشبكة، وتقديم الصحيفة إلى القراء عبر الإنترنت، مما دفعها الى عملية التطوير والابتكار والخروج عن المألوف، خاصة في مجال صناعة الأخبار وتبادلها.[20]

وهناك ثلاث منظومات تواصلية داخل شبكة الانترنت:

الأولى المنظومة الفردية- الجمعيّة (المدونات، منتديات الحوار، البريد الإلكتروني، الدردشة، مواقع الويكي Wiki).

الثانية المنظومة المؤسساتية (مواقع وبوبات المؤسسات الاقتصادية والجمعيات والحكوميّة).

الثالثة المنظومة الإعلامية (المواقع الإعلامية والأخبارية)

ويمثل المضمون مقياساً رئيسياً يمكن اعتماده لتشخيص منظومة ما، وعلى عكس المنظومتين الأولى والثانية، فأن الثالثة، وهي الإعلامية التي تنتج الأخبار، فأنها تخضع لمقاييس ومعايير وضوابط العمل المتعارف عليها مهنياً سواء على مستوى الكتابة أو الإخراج أو على مستوى اخلاقيات المهنة، فالإنترنت أثرت بشكل واضح على بيئة العمل الإعلامي من خلال الابتكارات المستحدثة للتقنيات وانماط العلاقات الإلكترونية، مما أوجدت اشكال إعلاميّة وإتصالية جديدة أبرزها:

1. الإنترنت أصبحت اليوم للإعلاميين مصدراً هاماً للتوثيق والبحث عن المعلومات، ووسيلة اتصالية فعالة مع الفاعلين في العملية الإعلامية.
2. وظفت (الدردشة) لإدارة الحوارات بين الإعلاميين والضيوف المستخدمين.
3. تعزيز طابع الحركة عند الإعلاميين من خلال توظيف المعلوماتية المحمولة في مختلف الأنشطة الميدانية كالتحقيقات والريبورتاجات، مما يساعده من التحرر من قيود مكتبه، وتعزيز استقلاليته، وعدم تبعيته الى تجهيزات مؤسسته، مثلما أيضاً تساعده على التواصل معها في مجال المعلومات والتنسيق والمتابعة عن بعد.

4. توظيف رجال الإعلام المصادر الجديدة والمستحدثة للأنترنت، كبنوك المعلومات والموسوعات والبوابات ومحركات البحث والمواقع الإعلامية المتخصصة والمواقع المؤسساتية، والبيانات والملفات الإعلامية والصور ووثائق الفديو في عملهم الإعلامي.
5. تجديد الممارسة الإعلامية، من خلال تعزيز التفاعلية مع الجمهور، ومعرفة رجع الصدى لأعماله، وتعزيز الحوار الديمقراطي من خلال مشاركة الجمهور في النقد، وإنتاج المضامين الإعلاميّة.
6. توفر الأنترنت إمكانات إنشاء المدونات للإعلاميين للتواصل مع جمهورهم، والاستفادة من المشاركة في صنع الأفكار الإعلامية الجديدة، وتعزيز العلاقة معهم.
7. تحسين وتطوير الإدارة الإعلامية داخل المؤسسة وخارجها من خلال ادماج التكنولوجيات لخلق قنوات الاتصال بين مختلف أقسام المؤسسة (الإدارة والتحرير والأقسام الفنية والتجارية، من خلال الشبكة الداخلية (Intranet)، إضافة إلى إمكانية الإعلامي العمل من خارج مؤسسته لإرسال إنتاجه إلى إدارة التحرير من خلال البريد الإلكتروني وتقنيات التحميل.
8. استحداث آليات جديدة لتمويل المؤسسة الإعلامية كالإعلان الالكتروني وبيع المضمون والاشتراكات، وتسويق البرامج التلفزيونية من خلال تقنية الفيديو عند الطلب، وتستخدم الصحافة المكتوبة الإنترنت لتسويق أرشيفها من المقالات.[21]

وقد استفادت وسائل الإعلام من خدمة برامج Google Earth (جوجل ايرث) الذي أطلقه محرك (جوجل) في يونيو/ حزيران عام 2005، من خلال برامجها المختلفة، خاصة في مجال الأخبار، بتحديد المناطق الساخنة جغرافياً من خلال صور واضحة تبث مع نشرات الأخبار، حيث يمكن مشاهدة الدول والمدن والشوارع وحتى البيوت عبر الأقمار الصناعية بتحريك (ماوس) الكمبيوتر تجاه القارة ثم الدولة ثم المدينة فالحي ثم الشارع الذي نرغب بمشاهدته، ويتميز هذا البرنامج بالقدرة والمرونة في تنظيم وتبادل المعلومات الجغرافية، ويجمع أيضاً بين صور الأقمار الصناعية والخرائط والتصميمات ثلاثية الأبعاد لتكوين محتوى يمثل أطلساً افتراضياً للاستكشافات بالإضافة إلى إمكانية إنشاء طبقات افتراضية لوضع علامات على الأماكن المفضلة مثل المطاعم والمتنزهات والأماكن السياحية، وهذا البرنامج يحمله قمر جديد يحمل اسم (وورلد فيو - 1) وسيكون بمقدوره تغطية مساحة قدرها 290 ألف ميل مربع عبر صور عالية الوضوح لمسافات أقرب بواقع 3 امتار على الأقل بالمقارنة

بالكاميرات المستخدمة حالياً، وهناك إمكانيات لتطوير عرضها الجغرافي لمختلف الأماكن على سطح الأرض عن طريق زيادة حجم الصور شديدة الدقة التي التقطتها الأقمار الصناعية، وبرنامج (جوجل إيرث) الذي كان أول إصدار له باللغة الإنجليزية يتوفر الآن بسبع لغات جديدة هي العربية والتشيكية والبولندية والروسية والهولندية والكورية والبرتغالية.

وتشير آخر الإحصائيات الصادرة عن (جوجل) الى أن 200 مليون مستخدم حول العالم قام بتحميل برنامج (جوجل إيرث) منذ إطلاقه في عام 2005، وبحسب خبراء في مجال التقنيات فإن تفعيل هذا القمر سوف يجابه باحتجاج شديد من قبل العديد من الدول لفضحه أسرارها العسكرية، وسيطرح مخاوف عالمية على الصعد كافة، وما زاد أهميته إعلان (اسرائيل) عن تخوفها من مثل هذه البرامج ودخوله كطرف في العمليات العسكرية في الكثير من البلاد لما يكشفه من أماكن كانت محاطة بعبارة (ممنوع الاقتراب أو التصوير).

وعلى السياق نفسه أكدت فصائل فلسطينية مسلحة استخدامها لبرنامج (جوجل إيرث) لمساعدتها على تحديد وضرب أهداف عسكرية (إسرائيلية)، وفي اتجاه آخر قالت صحيفة (تليجراف) إن المقاومة في العراق تستخدم هذا البرنامج لتنفيذ هجمات ضد المعسكرات البريطانية والأمريكية، وتم اكتشاف ذلك من خلال مستندات عثر عليها أثناء مهاجمة عدد من المنازل التي كان يختبئ فيها المسلحون، حيث استخدمت عناصر المقاومة برنامج (جوجل إيرث) في تحديد المناطق المستهدفة، ويظهر ذلك جلياً في الصور التي تم العثور عليها والتي تظهر محيط مدينة البصرة الجنوبية، وكانت تحتوي على مبان تفصيلية داخل المعسكر البريطاني، بالإضافة إلى أهداف دقيقة جداً يمكن قصفها، كما أن خطوط الطول ودوائر العرض للأهداف المخطط قصفها كانت محددة على ظهر الصور.

وفي الجانب الآخر فأن البرنامج ساعد الأمم المتحدة في تحديد مواقع المحتاجين في دارفور، اذ تم بواسطته تحديد المواقع التي ستقوم الطائرات بإنزال المعونة فيه، وقد نجح فعلا في ذلك، ففي دراسة نمساوية أجرتها جامعة جراتس، أشارت إلى أن (جوجل) فرض هيمنة غير مقبولة في كثير من مجالات شبكة المعلومات الدولية حيث تُجرى نحو 61 مليار عملية بحث على الإنترنت كل شهر، وفي الولايات المتحدة تتم 57% من تلك العمليات في المتوسط عن طريقه، كما أن أكثر من 95% من مستخدمي الإنترنت يستخدمون المحرك أحيانا، وأن

تفوقه يتزايد من خلال تصنيف نتائج عمليات البحث، وحذر الباحثون النمساويون من أن محرك البحث يمكن أن يتحول إلى أكبر وكالة استخبارات في العالم وذلك باستخدام البيانات التي جمعها من مستخدميه عبر برامجه المختلفة، ويواجه هذا البرنامج حاليا منافسة قوية من قبل برنامج اخر أصدرته مؤسسة ناسا الأمريكيه لأبحاث الفضاء، ويمكن بواسطة الإصدار الجديد NASA World Wind مشاهدة المدن عبر الأقمار الصناعية، ويوفر لمستخدمه الوصول بدقه عاليه جدا إلى أي مكان على وجه الأرض، مما يفتح المجال للمنافسة في كشف خريطة العالم الجغرافية، والسيطرة على الصور والمعلومات.[22]

ويمكن ان نسجل بأن الإنسانية ليست متساوية من حيث الاستفادة من الثورة الرقمية ومن التقدم التكنولوجي والاتصالي الهائل، مثلما لم تكن متساوية من قبل من حيث الاستفادة من الثورة الصناعية والتكنولوجية بدليل أن أوروبا وامريكا كانتا دائماً أكثر استفادة وأوفر حظاً من بقية المناطق الجغرافية في العالم، وللتدليل على ذلك نشير الى أن نسبة الاستفادة من خدمات الأنترنت وإمكانياته تصل في الولايات المتحدة الأمريكية إلى ما يفوق 85%، في حين تصل النسبة ذاتها في فرنسا – وهي قوة متوسطة – الى حد 65% وأما في المنطقة العربية فإن نسبة الاستعانة بالأنترنت لا تتجاوز في أفضل الحالات 10% في اقطار مثل مصر والامارات العربية[23].

ويصعب تحديد عدد الحواسيب بدقة أو تقويم مدى انتشاره لأسباب تكنولوجية وإحصائية، فمن الناحية التكنولوجية، يصعب تحديد عدد الأجهزة على أساس مبيعات المكوّنات الأساسية التي تُستخدم أيضاً في ترقية بعض مكوّنات الحاسوب، وفي غياب معايير واضحة لعمليات التجميع، يُعاد استخدام معظم مكوّنات الحاسوب في عملية الترقية، بالإضافة إلى انتشار السوق الرمادية، وهي بيع منتجات أصلية من خلال قنوات بيع غير مرخصة وبدون تصريح، ومع ذلك تشير أحدث الإحصائيات إن عدد مستخدمي الإنترنت في العالم يبلغ نحو2.1 مليار مستخدم من تعداد سكان العالم البالغ عددهم نحو(6.5 مليار) نسمة، في حين لم يكن عدد مستخدمي الإنرنت يتجاوز في عام 1997 70 مليون مستخدم، مما يعني أن عدد مستخدمي الإنترنت في العالم قد تضاعفوا عشرات المرات في مدى عشر سنوات، وهي زيادة لم تشهدها أي وسيلة إعلامية أخرى على مدار التاريخ الإنساني، فضلا عن استمرار انتشارها حتى الآن.

وإن عدد مستخدمي الإنترنت في آسيا 922.2 مليون مستخدم، عدد مستخدمي الإنترنت في أوروبا 476.2 مليون مستخدم، عدد مستخدمي الإنترنت في أمريكا الشمالية 271.1 مليون مستخدم، عدد مستخدمي الإنترنت في أمريكا اللاتينية 215.9 مليون مستخدم، عدد مستخدمي الإنترنت في إفريقيا 118.6 مليون مستخدم، عدد مستخدمي الإنترنت في الشرق الأوسط 68.6 مليون مستخدم، عدد مستخدمي الإنترنت في استراليا ودول الأوقيانوس 21.3 مليون مستخدم، عدد مستخدمي الإنترنت في الصين 485 مليون مستخدم، وهي الدولة الأولى في العالم من حيث عدد مستخدمي الإنترنت، نسبة انتشار الإنترنت في الصين 36.3٪، عدد اشتراكات النطاق العريض الثابت في العالم 591 مليون اشتراك.

اما الشبكات الاجتماعية: عدد مستخدمي فيسبوك مع نهاية عام 2011 أكثر من 800 مليون شخص، عدد المشتركين الجدد في فيسبوك مع نهاية عام 2011 نحو 200 مليون شخص، عدد حسابات تويتر في مع نهاية عام 2011. 225 مليون حساب، عدد الحسابات النشطة في تويتر 100 مليون حساب، عدد التعليقات (TWEETS) المرسلة في اليوم 250 مليون تعليق، عدد حسابات الشبكات الاجتماعية في العالم 2.4 مليار.[24]





شكل (10)

أما عربياً فيبلغ عدد مستخدمي الانترنت في الوطن العربي لعام 2012 نحو 95 مليون مستخدم ما يعادل ثلث الكثافة السكانية في الوطن العربي، حيث تضاعف عدد مستخدمي الإنترنت بما يوازي 1800٪ في العالم العربي، أي ما يعادل 13٪ من المستخدمين على مستوى العالم، حيث أصبحت الإنترنت جزءاً من الحياة اليومية وليست مجرد وسيلة للترفيه كما كانت عليه في السابق.

أما عدد مستخدمي شبكة الإنترنت في منطقة الشرق الأوسط التي تضم عدداً كبيراً من الدول العربية تضاعف أكثر من 23 مرة منذ العام 2000 حتى نهاية العام الماضي 2011، وتبين الأرقام التي نشرها الموقع الإلكتروني العالمي إنترنت وورلد ستاتس أن عدد مستخدمي الإنترنت في الشرق الأوسط قفز إلى 77 مليون مشترك في نهاية العام الماضي 2011 مقارنة مع 3.3 مليون مشترك في العام 2000، وأشارت الإحصاءات إلى أن نسبة انتشار استخدام الإنترنت في منطقة الشرق الأوسط مقارنة بعدد سكانها بلغ حوالي 36٪ فيما ما تزال نسبة الانتشار في قارة أفريقيا تدور حول نسبة 13٪ من عدد السكان ما يعني فرصاً كبيرة لزيادة انتشار الخدمة في هاتين المنطقتين خلال السنوات القليلة المقبلة، وتبين أن

الشرق الأوسط احتل المرتبة السادسة بين قارات ومناطق العالم باستحواذها على نسبة 3.4% من إجمالي مستخدمي الإنترنت حول العالم وبحوالي 77 مليون مستخدم وفي المرتبة السابعة والأخيرة جاءت استراليا بحوالي 24 مليون مستخدم وبالنسبة الأقل من إجمالي مستخدمي العالم والتي بلغت 1.1%.[25]

وتشير دراسة أجرتها مجلة إنترنت العالم العربي إلى إن 30% من مستخدمي الإنترنت في العالم العربي يستخدمون الإنترنت في الدردشة (Chat)، بينما نصيب البحث العلمي لا يتجاوز الـ3% من هؤلاء المستخدمين، غير أن هذه النسبة ربما تكون قد انخفضت في الدردشة لصالح البحث العلمي من خلال استطلاع الرأي الذي قامت به شبكة إسلام اون لاين. نت عامي 2002 و2003م، وشارك فيه أكثر من 11000 قارئ للعربية رغم أن منهم من لا يقيمون في الوطن العربي، إذ هم يمثلون خمسًا وستين دولة، وقد بلغت نسبة مستخدمي الإنترنت للدردشة 24.5%، فيما ارتفعت نسبة البحث العلمي لتجاوز الـ14% لتصبح 14.3%، ولعل هذا يكون مؤشراً جيداً ومفيداً لما يمكن أن يبين اتجاه المستخدم العربي للاستفادة السليمة من الإنترنت.

وتشذ دول الخليج العربي عن قاعدة التخلف الرقمي عربياً من خلال مبيعاتها التي تتجاوز المعدل العالمي، حيث كشفت دراسة قام بها مركز دراسات الاقتصاد الرقمي (مدار) أن منطقة الشرق الأوسط تحتاج إلى 6 ملايين جهاز كمبيوتر شخصي لمواكبة معدل المبيعات العالمي، حيث أن مستوى انتشار أجهزة الكمبيوتر في المنطقة يعد أدنى من المعدل العالمي بكثير ولا يتعدى ثلث الحجم المطلوب، وأوضحت الدراسة أن تحسين جودة خدمات الإنترنت وزيادة مستوى الإنفاق على أجهزة الكمبيوتر من قبل قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والقطاع التعليمي سيساهم في نمو حجم مبيعات أجهزة الكمبيوتر في مختلف دول منطقة الشرق الأوسط البالغ عددها 18، وشهدت المنطقة تسجيل 3012 ملايين جهاز كمبيوتر مقارنة بالرقم العالمي للمبيعات وهو 188.9 مليون جهاز، علاوة على ذلك يعتبر حجم المبيعات الفعلي أدنى من حجم المبيعات الذي كان يفترض بالمنطقة تحقيقه،حيث أن منطقة الشرق الأوسط تحتاج إلى 500 الف جهاز كمبيوتر شخصيا لمواكبة المعدل العالمي البالغ 472 جهازا لكل 100 مليون دولار أمريكي من الناتج المحلي الإجمالي، وشملت هذه الدراسة ست دول في منطقة المشرق العربي هي سوريا ولبنان والأردن وفلسطين والعراق

ومصر وسبع دول من الخليج العربي هي الإمارات والسعودية وقطر والبحرين والكويت وسلطنة عُمان واليمن وخمس دول من شمال أفريقيا هي الجزائر والمغرب وتونس وليبيا والسودان، وأظهرت الدول كافة وفقاً للدراسة أرقام مبيعات متدنية باستثناء دول مجلس التعاون الخليجي التي سجلت أعلاها من خلال تحقيقها لحجم مبيعات بلغ 1.18مليون جهاز مقارنة بالمعدل العالمي البالغ 1.10مليون، كما أشارت الدراسة إلى نقص بلغ 2.7 مليون جهاز في منطقة المشرق العربي و1.7مليون في شمال أفريقيا و1.6 مليون في اليمن والسودان، وبمقارنة أرقام المبيعات مع عدد السكان تعددت دول مجلس التعاون الخليجي المعدل العالمي حيث فاقت أرقام المبيعات المفترضة بـ 0.08 مليون جهاز وفي الإطار ذاته، تحتاج منطقة المشرق العربي إلى 2.4 مليون جهاز وشمال أفريقيا إلى 1.17مليون واليمن والسودان 1.59 مليون لمواكبة المعدل العالمي.[26]

وقد صاحب النمو السريع في استخدام الإنترنت نمو في استخدام اللغة العربية أيضاً حيث احتلت المرتبة السابعة عالمياً من حيث عدد المتحدثين بها من مستخدمي الإنترنت، لكن على مستوى المحتوى المنتج باللغة العربية فإن الأرقام مؤسفة، إذ تقول كل التوقعات بأن نسبة المحتوى العربي على الإنترنت لا تكاد تمثل 1٪ من نسبة المحتوى المنشور على الإنترنت على مستوى العالم، في حين تجد غالبية الشركات والمواقع العربية توفر مواقعها باللغة الأجنبية فقط وأحياناً قليلة قد يتذكرون إضافة اللغة العربية، بينما تجد الشركات الغربية توفر مواقعها باللغة العربية وتدعمها بشكل كبير وما ذلك إلا لحرصها أن تحصل على حصة في هذا السوق الواعد، أما مبادرات إثراء المحتوى العربي فتكاد تنعدم إلا من محاولات فردية بين وقت وآخر.

إلا أن بوادر الأمل تظهر أحياناً، فلدينا الإحصائية التي تقول بأن اللغة العربية هي اللغة الأسرع نمواً حالياً على شبكة التواصل والتدوين المصغر تويتر، حيث بلغت نسبة النمو ما بين يوليو 2010 وأكتوبر 2011 أكثر من 2146٪، أي بحوالي 22 ضعفاً، لتحتل بذلك العربية المرتبة الثامنة بين اللغات المستخدمة في تويتر، ممثلة بذلك حوالي 1.2٪ من نسبة التغريدات الـ 180 مليونا التي تنشر يوميا في تويتر.[27]

ويقدّر عدد مستخدمي الإنترنت المتكلمين باللغة العربية حوالي 28 مليونا ونصف المليون، أي حوالي 2.5٪ من تعداد المستخدمين في العالم، وهي المرتبة العاشرة في العالم، بعد

اللغة الإنجليزيّة 28.9% والصينيّة 14.7% والإسبانيّة 8.9% واليابانية6.7% والألمانيّة 5.2% والفرنسيّة 5% والبرتغاليّة 3.6% والكوريّة 3% والإيطاليّة 2.7%، وحقق مستخدمو الإنترنت الذين يتكلمون اللغة العربية أكبر وتيرة نموّ في العالم كله في الفترة 2000_2007، حيث بلغت نسبتها 931.8%، وأنّما نسبته حوالي 60% من مستخدمي الإنترنت في العالم العربي موجودون في منطقة الخليج العربي، والتي تمثل حوالي 11% من تعداد سكان العالم العربي.[28]

ويمكن ملاحظة أنّ النسبة الأعلى هي لدول الخليج العربي حيث تكون تكاليف شراء الكومبيوترات واشتراك الإنترنت أقلّ بكثير من الدول الأخرى، بالإضافة إلى كون الكثير من هذه الدول تواكب التقنية بشكل مستمرّ وتقوم بتطوير البنية التحتية للإنترنت، بينما تنخفض النسبة بشكل ملحوظ في الدول الإفريقيّة، مع وجود العراق كحالة خاصّة بسبب الأوضاع السياسيّة فيه.

تلفزيون الإنترنت: سينما المنزل

في البداية كان التلفزيون، وبعد ذلك ظهرت أجهزة تشغيل أشرطة الفيديو وأقراص الفيديو الرقمية وتسجيل الفيديو الرقمي، والآن جاء دور التلفزيون الذكي، حيث استخدام تقنية البث المرئي على الإنترنت في العام 1995- بعد بث الإذاعة بعامين- حين تم بث لعبة بيسبول على الهواء مباشرة، وكذلك كانت هناك محاولات عام 2000 إلا أن ما يمكن أن نعده بداية حقيقة هو منتصف 2007، وما هي إلا مسألة وقت قبل أن ينتشر البث من الإنترنت عبر التلفزيونات الخاصة في كل مكان، وفي ضوء الشعبية المذهلة التي تحظى بها الكمبيوترات اللوحية والهواتف النقالة والأجهزة المتصلة، ومؤخراً، أجهزة لتلفزيونات الذكية، يشهد الطلب على الاتصال بالإنترنت تزايداً مستمراً، ووفقاً لتقرير صادر عن شركة Nielsen للإحصائيات، أشار 94% من المستهلكين الذين شملهم استطلاع يتعلق بدراسة حول تلفزيون الإنترنت أنهم يفضلون الحصول على إمكانية الوصول إلى المحتوى الرقمي أو تصفح الإنترنت عبر أجهزة التلفزيون الخاصة بهم.

وتأتي تلفزيونات سامسونج الذكية مجهزة بنظام Smart Hub والذي يعد واجهة لكافة ميزات سامسونج الذكية، فهو يوفر برنامج قوائم مُبسّط يَسهل استخدامه للاتصال

والاستكشاف والاستمتاع بمجموعة واسعة من المحتويات، كما يمكن للمستخدمين البحث عن الأفلام والعروض التلفزيونية ومقاطع الفيديو عبر الإنترنت عن طريق الأجهزة المتصلة، بالإضافة إلى تصفح الإنترنت من خلال التلفزيون، ناهيك عن الوصول إلى عدد وافر من التطبيقات من موقع متجر تطبيقات سامسونج، كما يندرج في التلفزيونات الذكية هذه العديد من الوظائف والخاصيات المميزة، من أهمها خاصية البحث الشامل All Share، وخاصية Second TV، وبرنامج تصفح الإنترنت (Web Browse)، وميزة نظام التلفزيون الاجتماعية (Social TV) والتي تعد ميزة حيوية تعرفنا بكل ما يجري حولنا في الصفحات والشبكات الاجتماعية.

ومن خلال مزايا AllShare يمكن للمستخدمين تكوين شبكة DLNA لاسلكية بين كافة الأجهزة الرقمية المتوافقة مع سامسونج، بما فيها الهواتف النقالة وأجهزة الحاسوب الدفتري والكاميرات الرقمية، كما يمكن من خلالها مشاركة الأفلام والصور وملفات الموسيقى لزيادة وسائط الترفيه لديك في أي مكان دون الحاجة إلى التبديل بين الأجهزة، كما تدعم أجهزة التلفزيون الذكية تقنية ConnectShare التي تمكّن المستخدمين من الاستمتاع بمقاطع الأفلام والموسيقى والصور متعددة الوسائط مباشرة على جهاز التلفزيون بتوصيله عبر وصلة ذاكرة USB أو الأقراص الصلبة المحمولة باستخدام تقنية التوصيل والتشغيل الفوري.

وسيتمكن المستخدمين بفضل نظام التلفزيون الاجتماعي (Social TV) وبرنامج تصفح الإنترنت (Web Browser) التواصل عبر الإنترنت من خلال أي من هذه التلفزيونات الذكية، حيث يُدمج نظام التلفزيون الاجتماعي (Social TV) الشبكات الاجتماعية مثل فيسبوك (Facebook™)، وتويتر (Twitter™)، وجوجل توك (Google Talk™) مع المحتوى المرئي في التلفزيون الذكي، وبذلك، يمكنك التواصل المباشر مع الأصدقاء وأفراد العائلة من خلال شاشة جانبية ضمن شاشة التلفزيون أثناء الاستمتاع بمشاهدة البرامج التلفزيونية المفضلة، أما برنامج تصفح الإنترنت (Web Browser)، فيسمح بالتصفح من خلال التلفزيون تماماً كما لو أنك تستخدم متصفح الكمبيوتر الشخصي الاعتيادي مع دعم كامل لبرنامج فلاش فيديو، وتأتي أخيراً ميزة Second TV الحصرية من سامسونج، التي تسمح للمستخدمين بعرض المحتوى المرئي،

كمقاطع الفيديو، عبر الأجهزة حيث يمكن للمشاهدين نقل ملفات Blu-ray، وDVD، والبث التلفزيوني المباشر من شاشتهم إلى أجهزة سامسونج أخرى مثل GalaxyTab وهواتف (Galaxy S) الذكية.

ولا يتردد التقنيون الكوريون في إيضاح أن الخطوة الراهنة التي تعمل عليها الشركات هي (تلفزيون الانترنت) وقدرة الشاشة الجديدة على التعامل مع مواقع الانترنت (بدل الكومبيوتر)، يكمن في التقاط البث المتلفز على الشبكة الدولية، إضافة إلى ما يأتيها من البث فضائياً وأرضياً، فضلاً عن تخزين البث المتلفز ليتحكّم المتفرج بما يصل الى شاشته مبرامج ونقل شرائط المشاهد إلى الانترنت وإتاحة مشاركة الفرجة المرئية -- المسموعة بين مجموعة من المشاهدين مع قدرتهم على كتابة تعليقاتهم وآرائهم خلال البث.

وباختصار، يُعد تلفزيون الانترنت خطوة أخرى في مسار الإعلام التفاعلي، ويؤخذ (يوتيوب) من النماذج الراهنة عن الإعلام الرقمي، وينظر إليه كثير من الخبراء كظاهرة إعلامية معاصرة؛ خصوصاً أنه أثبت قدراته الاعلامية في نقل الأحداث السريعة والمثيرة، ويقود ذلك الى السؤال عن أثر تلفزيون الإنترنت في العلاقة التقليدية المعتمدة على البث والتلقي، وبين أقنية التلفزيون الجمهور، وشهد التطور التكنولوجي الرقمي، ظاهرة شاشات الكريستال السائل والبلازما، حيث ستصبح أشعة الليزر المُجسمة هي أداة المشاهدة، وكذلك الاتصال التفاعلي، بحيث لا تزيد سماكة الشاشات عن سنتيمتر، وحالياً تركز التقنيات على تطوير الشاشات رقمياً، لتُعطي صوراً أكثر دقة ووضوحاً ونقاء (وكذلك الحال بالنسبة الى الصوت أيضاً)، وكذلك تتميز تلك الشاشات بأنها تستطيع بلوغ قياسات كبيرة (من 40 بوصة إلى ما يفوق 100 بوصة) من دون أن يضطر المشاهد الى الابتعاد عنها مسافة كبيرة، كما الحال في الشاشات التقليدية؛ بل أن بعض تلك الشاشات تحافظ على شكل الصورة ومكوناتها حتى لو وقفت بمحاذاتها وبخط مستقيم معها، وفي هذا الإطار، توصف شاشات الكريستال السائل والبلازما، بأنها تصنع (سينما المنزل)، والمثير ان بعض تلك الشاشات، مثل التلفزيون العالي الوضوح (هاي ديفنيشن) تتطلب بثاً رقمياً أيضاً، والحق أن هذا النوع من البث لم ينطلق بعد في العالم العربي، إلا في شكل محدود كتجربة البث الأرضي الرقمي في المغرب، وفي المقابل، تستطيع تلك الشاشات أن تتعامل مع الكومبيوتر ومواده، وكذلك فإن معظمها يرتبط مع الفيديو الرقمي الذي يستطيع تخزين كميات كبيرةمن المواد المتلفزة، ولا

يتردد التقنيون الكوريون في إيضاح أن الخطوة الراهنة التي تعمل عليها الشركات هي (تلفزيون الانترنت) وقدرة الشاشة الجديدة على التعامل مع مواقع الانترنت (بدل الكومبيوتر)، يكمن في التقاط البث المتلفز على الشبكة الدولية، إضافة إلى ما يأتيها من البث فضائياً وأرضياً، فضلاً عن تخزين البث المتلفز ليتحكّم المتفرج بما يصل إلى شاشته من برامج ونقل شرائط المشاهد إلى الانترنت وإتاحة مشاركة الفرجة المرئية – المسموعة بين مجموعة من المشاهدين مع قدرتهم على كتابة تعليقاتهم وآرائهم خلال البث.

وباختصار، يُعتبر تلفزيون الانترنت خطوة أخرى في مسار الإعلام التفاعلي، ويعتبر (يوتيوب) من النماذج الراهنة عن الإعلام الرقمي، وينظر إليه كثير من الخبراء كظاهرة إعلامية معاصرة؛ خصوصاً أنه أثبت قدراته الإعلامية في نقل الأحداث السريعة والمثيرة، ويقود ذلك إلى السؤال عن أثر تلفزيون الانترنت في العلاقة التقليدية، المعتمدة على البث والتلقي، بين أقنية التلفزيون الجمهور، واضح أن تلك العلاقة تتغيّر اليوم، مع ميل الجمهور الدائم إلى تصوير أشرطة وإرسالها الى التلفزيونات، والى مواقع مثل (يوتيوب)، وكذلك يثير تلفزيون الانترنت سؤالاً عن الإعلام الرقمي نفسه، حيث أن هذا النوع من الإعلام ما زال قيد التبلور، ولعل الذين سارعوا الى تبني مصطلح مثل (الإعلام الجديد)، في الإشارة إلى الانترنت، ربما تسرعوا في هذا الأمر، وإذا نظرنا إلى جهاز مثل تلفزيون الانترنت، حيث اللقاء بين التلفزة الأرضية والفضائية مع الشبكة الإلكترونية الدولية ومعطياتها، والتفاعل المتصاعد بين أقنية التلفزة ومواقع الأشرطة الرقمية التي يصنعها الجمهور، مثل الخطوة المشتركة بين (سي أن أن) و(يوتيوب)، والى الأثر الإعلامي الكبير لمواقع افتراضية مثل (سيكوند لايف) يتضح أن ذلك الإعلام ما زال يرسم ملامحه باضطراد وتراكم، وباختصار، يُعتبر تلفزيون الانترنت خطوة أخرى في مسار الإعلام التفاعلي.

وأكدت شركة أبل Apple أنها بدأت في تصنيع تليفزيون الإنترنت الجديد وسيبدأ مزودي أبل بالقطع الإلكترونية وذلك بإرسال المواد اللازمة لتصنيع تليفزيون الإنترنت الجديد من "Apple"في الربع الأول من عام 2012 كما أشارت شركة سامسونج Samsung الكورية أنها بدأت في عام 2011 بإنتاج رقاقات تليفزيون Apple، في الوقت الذي تقوم فيه شركة شارب Sharp بإنتاج شاشات العرض الخاصة بالتلفاز الجديد الذي بدوره سيكون طفرة جديدة في عالم التكنولوجيا حيث يمكنك من خلاله مشاهدة التلفاز

ومتابعة الإنترنت والتحدث مع الأقارب والأصحاب عن طريق (Video Call) وغير ذلك من المزايا التي ستطرح إلى الأسواق في أوائل العام الجديد و من ناحية أخرى أكدت شركة ابل أنها خفضت من سعر تليفزيوناتها الحالية بنسبة تصل إلى 9%.[29]

وكشفت شركة إل جي الكورية الجنوبية لصناعة الالكترونيات عن تلفزيون يعمل بنظام غوغل المخصص لتلفزيونات الإنترنت، ويتيح نظام غوغل المخصص لتلفزيونات الإنترنت واسمه غوغل تي في للمشاهد الاتصال بالإنترنت والبحث مباشرة عن برامج تلفزيونية معينة أو مباريات أو أي محتوى وسائط متعددة على شبكة المعلومات الدولية ومشاهدتها عبر التلفزيون.

وتسعى إل جي من خلال طرح جهازها المزود بنظام غوغل للتلفزيون إلى المنافسة مع شركتي سامسونج وسوني، في حين يهدف نظام غوغل إلى غزو تلفزيونات المستخدمين بعد أن غزت الشركة الأمريكية في وقت سابق أجهزة الكمبيوتر العادية واللوحية والهواتف الذكية بنظام أندرويد.

وكانت غوغل قد أعلنت عن نظامها المخصص للتلفزيون في مايو من عام 2010 لنافسة تلفزيون أبل، ولكن لم يكتب لهذا النظام انتشار واسع بسبب قلة مزودي محتويات الوسائط المتعددة على الإنترنت، وحاجة هذا النظام إلى اتصال سريع بالإنترنت.

ويتوفر نظام غوغل للتلفزيون بشكلين، إما في أجهزة الاستقبال الرقمي التي ترتبط بالتلفزيون وهذا ما تقوم به شركة لوجيتيك، أو أن يكون مضمنا بشكل داخلي في جهاز التلفزيون وهي الطريقة التي تعتمد عليها سوني وسامسونج وإل جي مؤخراً، وقالت شركة ديسبلاي سيرش للإحصائيات أن سوق التلفزيون ستنمو عالميا بنسبة 2 في المئة في عام 2012، بعد ثبات في مستوى النمو للعام الماضي بسبب الركود الاقتصادي العالمي.[30]

سينما الإنترنت

لم يعد هواة مشاهدة الأفلام العالمية يحتاجون إلى دور عرض سينمائي، أو حتى شراء نسخة من الفيلم الذي يرغبون في مشاهدته، يكفيهم الجلوس أمام شاشة كمبيوتر

متصلة بالإنترنت، وتحميل ما يريدون من أفلام، عشاق سينما الإنترنت يؤكدون أن ما يفعلونه (لا يعد قرصنة)، على النقيض من منتجي الأفلام الذين يؤكدون أن حصيلة مكاسب 6 مواقع إليكترونية تقوم بالقرصنة على الأفلام، تصل إلى 35 مليون دولار في العام.

أصبحت الانترنت وسيلة جديدة لتوزيع وعرض الأفلام السينمائية، وكانت بداية ذلك عندما ابرمت شركة (ميتا فيلمكس) الأميركية للإنتاج السينمائي اتفاقاً مع شركة(سايت ساوند) تقوم بموجبه هذه الشركة بعرض الافلام التي تنتجها (ميتافيلمكس) على موقعها على الانترنت، وكان فيلم What Dreams May Come من بطولة روبن ويليمز والحائز على جائزة أفضل مؤثرات صوتية،أول فيلم يجري توزيعه وعرضه على الانترنت، وقد تاسست شركة Sightsound عام 1995 لبيع الأغاني والموسيقى على الإنترنت ثم أضافت إلى نشاطها مجال تأجير الأفلام السينمائيه على الشبكة في ابريل من عام 1999، وتترقب استديوهات هوليود بحذر وقائع هذه التكنولوجيا الجديدة وتأثيرها على مستقبل صناعتها وتوزيع منتجاتها.

ورغم عرض عدد من الأفلام القصيرة على الشبكة إلا أن فيلم Quantum Project هو أول فيلم سينمائي طويل يبث بهذه الطريقة، ويمكن للمشاهدين تحميل الفيلم ومشاهدته على كمبيوتراتهم الشخصية وعند استخدام جهاز (مودم) عادي فإن عملية تحميل الفيلم سوف تحتاج إلى وقت طويل، كما أن الصور المعروضه سوف تكون أقل وضوحاً من المستوى الذي يطمح له المشاهد خاصة عند مقارنتها بالأفلام المعروضة في دور السينما أو حتى أفلام الفيديو، لذلك فإن الكثير من الخبراء يؤملون كثيراً على إنتشار وسائل الإرتباط السريع بالإنترنت مثل ISDN وDSL والكيبل التليفزيوني وغيرها والتي سوف تساهم في حل مشكلة البطء في تحميل الأفلام على الإنترنت وتحسين جودة عرضها.

ونالت صناعة السينما نصيبها أيضاً من الجدل الدائر حول تأثير تكنولوجيا الإعلام الجديد، حيث أن التغيرات التي تشهدها صناعة السينما حالياً يتمثل في أن العدد الأكبر لمرتادي دور العرض اصبح من جيل الشباب وصغار السن والذين أصبحت خيارات الترفيه أمامهم اليوم كبيرة ومتنوعة اكثر من أي وقت مضى، وهذا ما أدى الى انخفاض الطلب على تذاكر الافلام السينمائية، وعموماً فإن صناعة السينما ستكون قادرة على مواجهة هذه

التطورات التكنولوجية الجديدة بل والاستفادة منها لتعزيز موقفها التنافسي، وقبل حوالي أربعين عاما مثلاً شهدت صناعة السينما الأمريكية انخفاضاً مؤثراً في مداخليها تمكنت من تجاوزه بطرق جديدة مبتكرة ومنها أنها أصبحت مركز إنتاج أساسي لصناعة التلفزيون الجديدة، كما أنها تمكنت بالمثل الاستفادة من النمو الكبير في مجالات اشرطة الفيديو والكيبل التلفزيوني، وترى شركات الانتاج السينمائي في هوليود اليوم فرصا جديدة للربح من خلال إنتاج أفلام عالية الوضوح High definition films)) لشبكات التلفزيون والكيبل ولدور العرض الخاصة بالأفلام السينمائية.[31]

وخلال السنوات الأخيرة بدأ نوع جديد من (سينما الإنترنت) يحقق شعبية كبيرة وجماهيرية واسعة، ووصل عدد متابعي بعض الأفلام إلى 8 ملايين مشاهد، وهو رقم لا تحققه كثير من الأفلام الروائية الطويلة، وتغيرت طبيعة الفيلم القصير إلى (القصير جداً)، وبدلاً من مدته التقليدية التي احتفظ بها لعقود تراوحت بين 20 و30 دقيقة، أصبحت لا تتجاوز 6 أو 9 دقائق، وحطم فيلم سوليدر بويSOLDIER BOY من إخراج لي شول الرقم القياسي العالمي في إنتاج أقصر فيلم في العالم مدته 7 ثوان.

وتغلبت هذه النوعية من الأعمال السينمائية على مشاكل الشكل التقليدي الذي عانى من ضعف شهرته بمجال التوزيع الكلاسيكي، ليتمكن بفضل الإنترنت، والهواتف الجوالة من تحقيق انتشار لم يكن أكثر المتفائلين بمستقبل هذه النوعية من الأعمال السينمائية يحلمون به.

الانترنت والحكومة الالكترونية

يعد انتشار استخدام الإنترنت إحدى الركائز الأساسية التي تقوم عليها الحكومة الإلكترونية، ذلك أن نمو انتشار استخدام الإنترنت يشكل ظاهرة صحية، الأمر الذي يولد نطاقاً فاعلاً لتأسيس اتصال بين مستخدمي الإنترنت سواء كان ذلك بين القطاعات الحكومية أو الخاصة على السواء أو الاثنين معاً مهما تباعدت مواقعهم الجغرافية وتكون البنية التحتية (شبكة الاتصالات) بمثابة الوسيلة الممكنة لربط مختلف القطاعات، وقد اصبح بإمكان الفرد الدخول في المنظومة الرقمية لاستخراج شهادة ميلاد أو تجديد مركبة سيارة من خلال منفذ حاسب دون الحاجة إلى زيارة مواقع تلك المؤسسات شخصياً، والمسألة مرتبطة

بانتشار الإنترنت فكلما توسع استخدام الإنترنت في المجتمع كلما سهل مهمة الحكومة الإلكترونية كمشروع متكامل، ومن الصعوبة تصور حكومة إلكترونية دون توفر الحواسيب الآلية في الوقت الراهن، وقد يفهم أن المقصود فقط هو الحاسب الآلي بحجمه المتعارف عليه إلا أن متطلبات الحكومة الإلكترونية تتجاوز الحاسب الآلي نفسه لتشمل عنصرين رئيسين وهما: شبكات الحاسب الآلي وما تحتويه من محطات عمل والبرمجيات والشبكات المحلية والشبكات الواسعة النطاق، ولهذه الشبكات مكونات رئيسية وهي وجود جهاز الخدمة الرئيسي الذي يقوم بادراة الشبكة وتنظيم عمل الأجهزة المكونه للشبكة والعنصر الثاني هو نظام تشغيل الشبكات والذي يتولى إدارة موارد الشبكة، لذا يتضح أن هناك مستويين لمتطلبات الحوسبة الآلية: الأول على مستوى الأفراد، وهو قدرة الأفراد اقتناء هذه الأجهزة التي تمكنهم تحميل معاملاتهم وتتبع سير إنجازها والثاني على المستوى الرسمي والمتمثل في توفير الخدمات والشبكات وأنظمة تشغيل البيانات المتداولة في الشبكة.

ومن حيث الاصل، وسواء كنا نتحدث عن بيئة العالم الواقعي أم بيئة الانترنت الافتراضية، فأن أية حكومة تسعى لأن تحقق فعالية عالية في تقديم خدماتها للجمهور وتحقق فعالية في تبادل النشاط بين دوائرها ومؤسساتها، ان تعتمد الحكومة الالكترونية على ركائز اربعة:-

1. تجميع كافة الأنشطة والخدمات المعلوماتية والتفاعلية والتبادلية في موضع واحد هو موقع الحكومة الرسمي على شبكة الانترنت، في نشاط اشبه ما يكون بفكرة مجمعات الدوائر الحكومية.
2. تحقيق حالة اتصال دائم بالجمهور (24 ساعة في اليوم، 7 أيام في الاسبوع، 365 يوم في السنة)، مع القدرة على تامين كافة الاحتياجات الاستعلامية والخدمية للمواطن.
3. تحقيق سرعة وفعالية الربط والتنسيق والأداء والانجاز بين دوائر الحكومة ذاتها ولكل منها على حدة.
4. تحقيق وفرة في الإنفاق في كافة العناصر بما فيها تحقيق عوائد أفضل من الانشطة الحكومية ذات المحتوى التجاري. (32)

التجارة الإلكترونية والإنترنت

وفي ظل وجود شبكة الانترنت وشيوعها وازدياد مستخدميها، وفي ظل التطور الهائل في تقنيات الحوسبة والاتصال التي حققت تبادلاً سريعاً وشاملاً للمعلومات ضمن سياسة وخطط الانسياب السلس للبيانات ومفهوم المعلومة على الخط، وترافق ذلك مع استثمار الانترنت في ميدان النشاط التجاري الإلكتروني ضمن مفاهيم الأعمال الالكترونية والتجارة الالكترونية، ومع الاعتماد المتزايد على نظم الحوسبة في إدارة الأنشطة وازدياد القيمة الاقتصادية للمعلومات ككيان معنوي أسسي هو المحدد الاستراتيجي للنجاح في قطاعات الاعمال والمال والاستثمار المالي، في ظل ذلك كله، تطور مفهوم الخدمات المالية على الخط، لتتحول الفكرة من مجرد تنفيذ أعمال عبر خط خاص ومن خلال برمجيات نظام كمبيوتر العميل، الى بنك له وجود كامل على الشبكة ويحتوي موقعه كافة البرمجيات اللازمة للاعمال المصرفية، وفوق ذلك تطور مفهوم العمل المصرفي من أداء خدمات مالية خاصة بحسابات العميل الى القيام بخدمات المال والاستشارة المالية وخدمات الاستثمار والتجارة والادارة المالية وغيرها.

ووفقا لما تقدم فان البنك الالكتروني يشير إلى النظام الذي يتيح للزبون الوصول الى حساباته أو أية معلومات يريدها والحصول على مختلف الخدمات والمنتجات المصرفية من خلال شبكة معلومات يرتبط بها جهاز الحاسوب الخاص به أو أية وسيلة أخرى.

ويستخدم تعبير أو اصطلاح البنوك الإلكترونية (ElectronicBanking)او بنوك الإنترنت (Internet Banking) كتعبير متطور وشامل للمفاهيم التي ظهرت مع مطلع التسعينات كمفهوم الخدمات المالية عن بعد أو البنوك الالكترونية عن بعد (Remote Electronic Banking) أو البنك المنزلي(Home Banking) او البنك على الخط (Online Banking) أو الخدمات المالية الذاتية (Self –Service Banking)، وجميعها تعبيرات تتصل بقيام الزبائن بإدارة حساباتهم وانجاز أعمالهم المتصلة بالبنك عن طريق المنزل أو المكتب أو أي مكان آخر وفي الوقت الذي يريد الزبون، ويعبر عنه بعبارة (الخدمة المالية في كل وقت ومن أي مكان)، وتطور المفهوم هذا مع شيوع الانترنت اذ امكن للزبون الدخول من خلال الاشتراك العام عبر الانترنت.

ولا يقف التعامل المالي على شبكة الانترنت في حدود العلاقات المصرفية أو تعاملات التسوق في بيئة التجارة الالكترونية، إذ إلى جانبهما تبرز عمليات البورصة عبر الانترنت، ففي السنوات الأخيرة انشأ عدد كبير من الشركات والاشخاص مواقع خاصة على الانترنت في حقل انشطة تداول الاسهم (البورصة)، والاصل في أعمال الوساطة التي تمارسها جهات السمسرة، حصول هذه الجهات على عمولات بدل خدماتها، وهي في بيئة الانترنت أقل منها في العالم الحقيقي، وهنا تظهر ميزة استغلال الانترنت.

وتعتمد التجارة الإلكترونية ECommerce على شبكة الانترنت فبيع وشراء البضائع والخدمات والمعلومات، حيث يلتقي البائعون والمشترون والسماسرة عبر هذا العالم الرقمي من خلال المواقع المختلفة من أجل عرض السلع والخدمات والتعرف عليها والتواصل والتفاوض والاتفاق على تفاصيل عمليات البيع والشراء، كما يتم من خلال الإنترنت أيضاً دفع ثمن الصفقات من خلال عمليات تحويل الأموال عبر بطاقات الائتمان أو غيرها من وسائل الدفع الإلكتروني كما يمكن أيضا الجمع بين وسائل التجارة الإلكترونية والتقليدية في آن واحد من خلال القيام بجزء من الإجراءات في الوسط الإلكتروني مثل الاتفاق على السعر والكمية واستكمال ما تبقى من خلال الأنشطة الملموسة مثل معاينة البضائع أو استلامها من مكان الشحن أو الدفع النقدي.

وتتمثل أبرز عيوب التجارة الإلكترونية في الجوانب الأمنية التي منيتها إمكانية قيام قراصنة الكمبيوتر باختراق مواقع التجارة الإلكترونية في بعض الأحوال وسرقة المعلومات الموجودة بها والتي قد يكون من بينها أرقام بطاقات العملاء كذلك يمكن تخريب هذه المواقع أو تدميرها عن طريق الفيروسات أو تغيير محتوياتها أو تعطيلها عن العمل أو محو البيانات الموجودة بها، وعدم وجود حيز حجمي كافBandwidth للاتصالات السلكية واللاسلكية، وعلى الرغم من اتساع شبكة الإنترنت وتشعبها فإنها لا تزال تفتقر إلى الحيز الكافي للاتصالات على نحو يتناسب مع الكم الهائل في الأنشطة التجارية التي تتم من خلالها، وهناك مشكلة التغير المستمر والسريع في البرمجيات على نحو مستمر تتغير البرمجيات المستخدمة في إدارة مواقع التجارة الإلكترونية مما يتطلب عملية تحديث مستمرة تتطلب تكلفة باهظة في بعض الأحيان، وعدم توافق بعض برامج التجارة الإلكترونية مع بعض تطبيقات البيانات لأن هناك تقدماً وابتكاراً مستمراً في تطبيقات البيانات فإن بعض هذه

التطبيقات لا تتوافق مع البرامج المستخدمة في التجارة الإلكترونية الأمر الذي يؤدي إلى عدم الاستفادة من هذه التطبيقات، كما أن هناك بعض المشاكل الأخرى التي تتمثل في إمكانية تعطل مواقع التجارة الإلكترونية وعجز القوانين الحالية عن ملاحقة القراصنة والحاجة إلى تشريعات جديدة.(33)

وتمثل التجارة الالكترونية واحداً من موضوعي ما يعرف بالاقتصاد الرقمي الرقمي Digital Economy حيث يقوم الاقتصاد الرقمي على حقيقتين:- التجارة الإلكترونية وتقنية المعلومات Technology- IT تقنية المعلومات أو صناعة المعلومات في عصر الحوسبة والاتصال هي التي خلقت الوجود الواقعي والحقيقي للتجارة الإلكترونية باعتبارها تعتمد على الحوسبة والاتصال ومختلف الوسائل التقنية للتنفيذ وإدارة النشاط التجاري.

والتجارة الالكترونية (E-commerce) هي تنفيذ وإدارة الأنشطة التجارية المتعلقة بالبضاعة والخدمات بواسطة تحويل المعطيات عبر شبكة الإنترنت أو الأنظمة التقنية الشبيهة، ويمتد المفهوم الشائع للتجارة الإلكترونية بشكل عام إلى ثلاثة أنواع من الأنشطة:

الأول، خدمات ربط أو دخول الإنترنت وما تتضمنه خدمات الربط من خدمات ذات محتوى تقني ومثالها الواضح الخدمات المقدمة من مزودي خدمات الإنترنت ISPs – Internet Services Providers.

الثاني، التسليم أو التزويد التقني للخدمات، والثالث استعمال الإنترنت كواسطة أو وسيلة لتوزيع الخدمات وتوزيع البضائع والخدمات المسلمة بطريقة غير تقنية (تسليم مادي عادي) وضمن هذا المفهوم يظهر الخلط بين الاعمال الالكترونية والتجارة الالكترونية واستغلال التقنية في انشطة التجارة التقليدية.

وهناك حقيقة منطقية، لا تجارة الكترونية بدون وسائل إلكترونية، وإن المعبر عن وسائل التكنولوجيا المدمجة هو نظام الكمبيوتر، بمعناه الواسع الذي يتيح الربط بينه وبين غيره من الانظمة لضمان تبادل المعلومات وانتقالها وتحقيق عمليات الدخول ACCESS إلى النظام ومنه إلى الانظمة الأخرى، فالتجارة الالكترونية انما هي كمبيوتر وشبكة وحلول

وموقع ومحتوى، كمبيوتر يتيح ادخال البيانات ومعالجتها وتصميم عرضها واسترجاعها، وشبكة تتيح تناقل المعلومات بالاتجاهين، من النظام واليه، وحلول تتيح إنفاذ المنشأة لالتزاماتها وانفاذ الزبون لالتزاماته (حلول أو برمجيات التجارة الالكترونية)، وموقع على الشبكة لعرض المنتجات أو الخدمات وما يتصل بها إضافة إلى أنشطة الإعلام وآليات التسويق، ومحتوى هو في ذاته مفردات الموقع من المنتجات والخدمات وما يتصل بها لكن ضمن إطار العرض المحفز للقبول والكاشف عن قدرات الموقع التقنية (وتحديداً حلول التجارة الالكترونية) والتسويقية.(34)

وستعطي تكنولوجيا المعلومات من خلال توظيف الحاسبات الالكترونية الكثير من الامتيازات للتجارة الالكترونية وهي:

1. التواصل من خلال الانترنيت، والتواصل المتزامن، والتواصل غير المتوازن وبث المعلومات مع التفاعل عبر الانترنيت.
2. تركيب المعلومات وتجميعها وتوفير مصادر المعلومات الاقتصادية.
3. تسويق اكثر فعالية وأرباح اكثر من خلال اعتماد الشركات على الانترنيت في التسويق، يتيح لها عرض منتجاتها وخدماتها في مختلف انحاء العالم، مما يوفر فرصة أكبر لجني الارباح من خلال تدفق المعلومات.
4. تساعد المعلومات على تخفيض مصاريف الشركات من خلال إعداد وصياغة مواقع التجارة الالكترونية على الويب التي تعتبر اكثر اقتصادية من بناء أسواق التجزئة أو صيانة المكاتب، كما لا تحتاج الشركات الى الانفاق الكبير على الأمور الترويجية.
5. التواصل الفعال مع الشركاء والعملاء من خلال تبادل المعلومات الالكترونية.
6. المعلومات الالكترونية توفر الوقت والجهد، فهي غير خاضعة للزمن والمكان، بمعنى انها تعمل يوميا بدون انقطاع ويخترق المنتج البيوت.
7. المعلومات الالكترونية توفر حرية الاختيار لزيارة مختلف أنواع المحلات على الانترنيت، وتزود الزبائن بالمعلومات الكاملة عن المنتجات، وتتم هذه العملية بحرية ودون ضغوط.

8. يوفر الانترنيت اتصالات تفاعلية مباشرة، مما يتيح للشركات الموجودة في السوق الالكتروني الاستفادة من هذه المميزات للاجابة على استفسارات الزبائن بسرعة، ويوفر لهم خدمات افضل لهم.

وفي مجال الإعلان والتسويق الذي هو جزء من عملية الاتصال الالكتروني، بهدف تسويق السلعة أو الخدمة، وتعتبر المعلومات الموضوعة في تصرف الجمهور عبر موقع الانترنيت والمتعلقة بالسلع والخدمات ذات طبيعة إعلانية طالما تهدف إلى دفع الراغبين في دخول الموقع الالكتروني إلى شراء هذه السلع أو الخدمات، وتنص بعض القوانين على منع الاعلانات التي تتضمن ادعات خاطئة أو ذات طبيعة مخادعة ومضللة.

وتبرز التجارة الإلكترونية كمحصلة طبيعية للتفوق الإعلاني في الإنترنت، مبشرة بتغيير خارطة النشاط التجاري وبيئته الاجتماعية، فعلى الرغم من أن عمر هذه التجارة لم يتجاوز السنوات القليلة فإن قيمة مبادلات التجارة الإلكترونية فيها بلغت عام 1998م 30 مليار دولار، في حين لم تتجاوز عام 1997م 30 مليار دولار، بينما وصلت حجم التجارة الإلكترونية إلى 6,8 تريليون دولار في عام 2006م.

ومن أبرز ما يتضمنه مفهوم الإعلان من خلال التجارة الإلكترونية:

1. تجارة التجزئة الإلكترونية(e- tailing) وهي عبارة عن (كتلوج) إلكتروني أو سوق افتراضي، ويتيح هذا النوع من التجارة الإلكترونية للتجار عرض سلعهم على مدار الساعة وفي أي مكان في العالم، كما يمكنهم من تزويد عملائهم بالمعلومات وقبول طلبات الشراء، ومن اللافت المنظر أن تجارة التجزئة الإلكترونية هذه لم تغفل عن الخصومات وكوبونات التخفيض.
2. التبادل الإلكتروني (EDI) وهو عبارة عن نماذج من الكمبيوتر تقوم بمكننة العمليات التجارية المختلفة مثل أوامر الشراء والفواتير وبيانات الشحن وعروض الأسعار وغيرها، وفي ذلك توفير للوقت والتكاليف، ويتطلب هذا النوع من المعاملات موقعاً محصناً على الإنترنت (شركة وسيطة) يقوم بترجمة الوثائق بين لغة(HTML) واشكال التبادل الإلكتروني.

3. التبادل الإلكتروني (e-business) ويشير هذا المصطلح إلى ممارسة النشاطات التجارية على الإنترنت بما فيها خدمات العملاء والتعاون مع الشركات الأخرى كشراء قطع الغيار والتنسيق والتعاون حول الحملات الترويجية والأبحاث وما إلى ذلك.

ومنذ منتصف الثمانينيات نالت التغيرات الأساسية الخطيرة على الإعلام نصيبها من الإنفاق الإعلاني في المؤسسات الصحفية التي مثلها ظهور البريد المباشر ودليل الأوراق الصفراء وشركات الاتصال، وكان أشدها على الإطلاق الإنترنت بما مثلته نسب استخدامه الإعلاني من معدلات عالية، وتحتل تكنولوجيا التفاعل(interactivity) الدور الأبرز في تسويق الإعلان، وإلى إحتمال موت الإعلان التقليدي، والسبب يعود إلى إيجابية تكنولوجيا التفاعل الرقمية (التلفزيون، الراديو، الإنترنت... إلخ) في التعامل مع الإعلان، والاستحواذ عليه للأسباب التالية:

1. إعطاء العميل المعلومات الضرورية التي تهمه عن السلعة أو الخدمة المعلن عنها.
2. استمرارية الاتصال حيث لا تنتهي مهمة الإعلان بمجرد قيام العميل بشراء المنتج.
3. الانتشار السريع لتحقيق أكبر قدر من الاختراق الإعلاني (بخاصة الإنترنت).
4. الترفيه.

ويجيء التهديد في اختراق الإنترنت للإعلان من أبرز مخاوف العاملين في وسائل الإعلام التقليدية، ولا سيما مع توفير العديد من شركات الإنترنت لخدمات البريد الإلكتروني والمعلومات والأخبار والترفيه وخدمات التسوّق المنزلي والأدلة السياحية وأسعار الأسهم وأحوال الطقس وغيرها.

ويتخذ الإعلان على الإنترنت أشكالاً عديدة أبرزها:

1. **الإعلان على مجموعات الأخبار(spamming):** وتتنافى هذه الطريقة وأخلاقيات الإنترنت المتعارف عليها، ولا تصح إلا في المجموعات المخصصة لها.
2. **الإعلان بوساطة البريد الإلكتروني:** وعن طريق هذه الطريقة توصل الشركات رسائلها الإعلامية إلى ملايين الأشخاص، ويعتبر تعميم رسائل البريد الإلكتروني على

الأشخاص الموجودين على قائمة العناوين بافتراض أنهم جميعاً مهتمون بالموضوع أمراً يتنافى مع أخلاقيات الإنترنت.

3. **القوائم البريدية الاختيارية:** وتقوم بذلك بعض المواقع بجعل المستخدم يسجل لاستقبال رسائل البريد الإلكتروني باختياره لتزويده بعروض موجهة حول مجموعة أو مجموعات استهلاكية.
4. **إعلانات الرعاية(Spons Orship):** ويعطي هذا النوع للعميل انطباعاً عن الشركة المعلنة بأنها ملتزمة وداعمة لمبدأ معين يمثله المنتج المعلن عنه ما يرفع من شأنها في نظر العميل.
5. **إعلانات الراية(Banner Ads):** وهي أكثر الإعلانات شهرة وتوارداً على الشبكة وتكون عادة مستطيلة الشكل، وقد تطورت مؤخراً وأصبحت تمتاز بمزيد من الحركة والتفاعل.

وهناك عدة طرق لاحتساب تكلفة الإعلان الإلكتروني من أشهرها ربط التكلفة بعدد مرات ضغط المستخدمين للإعلان، أو مقابل المبيعات من الموقع، أو نظير استجابة المستخدمين برسائلهم للشركة المعلنة، أو مقابل انطباع المستخدم عن المنتج المعلن عنه.[35]

واستخدام الحواسيب في ميدان جمع ومعالجة البيانات الشخصية المتصلة بالحياة الخاصة للأفراد خلف آثاراً إيجابية عريضة، لا يستطيع أحد إنكارها خاصة في مجال تنظيم الدولة لشؤون الأفراد الاقتصادية والاجتماعية والعلمية، وغيرها، وهذا ما أوجد في الحقيقة ما يعرف ببنوك المعلومات، والتي تشمل على بيانات ومعلومات تتصل بقطاع بعينه، كبنوك المعلومات القانونية مثلاً، أو قد تكون شاملة لمختلف الشؤون والقطاعات، وقد تكون مهيأة للاستخدام على المستوى الوطني العام كمراكز وبنوك المعلومات الوطنية أو المستخدمة على نحو خاص، كمراكز وبنوك معلومات الشركات المالية والبنوك وقد تكون كذلك مهيأة للاستخدام الإقليمي أو الدولي.

أما المراد ببنوك المعلومات، فهو (تكوين قاعدة بيانات تفيد موضوعاً معيناً وتهدف لخدمة غرض معين، ومعالجتها بواسطة أجهزة الحاسبات الإلكترونية (الحواسيب) لإخراجها في صورة معلومات تفيد مستخدمين مختلفين في أغراض معينة) ومن الوجهة الفنية، يقصد

بهـا (العمليـات المختلفـة للحاسـب الإلكتروني أو الكمبيـوتر، مـن تسـجيل وتصـنيف البيانات).[36]

ومن المحاذير عند تقييم المعلومات التي يتم الحصول عليها من الانترنت لضـمان القيام بتغطية موضوعية، حيث يمكن للمعلومات ان تضلل، ولا يمكن التأكـد مـن صـحتها ودقتها ومصدرها، كما تختلط بها الحقائق بالاعلانات والدعاية.[37]

ان الانترنت الآن اصبحت بيئة تكاملية مع مختلف وسائط التقنية العاليـة سواء في حقل الحوسبة او الاتصال أو في نطاقهما المدمج معاً، ولا أدل على ذلك من حالـة التكامـل بين أجهزة الهاتف الخلوي وتقنيات تبادل واستعراض المعلومـات، بـل تمثل المساعدات الرقمية والمكالمات الرقمية وأجهزة كمبيوترات الجيب المرتبطة بالشبكة عبر تقنيات الاتصال عن بعد، الاقمار الصناعية، وشبكات ودارات الهواتـف الخلويـة مثـالاً حياً لمـدى التكامـل والترابط بين بيئة الإنترنت، مخزن المعلومات الضخم، ووسائط الوصول الى المعلومات.

ويتوقع الكثير من الباحثين أن تشهد الأعـوام العشرين المقبلـة قفـزات بعيـدة نحـو خلق عالم رقمي افتراضي، حيث سوف تتغلغل تقنية المعلومـات في نسـيج الحيـاة البشـرية، ويتحكم الذكاء الاصطناعي وتطبيقات الروبوت، في كل جوانب المجتمع ونشاطاته السياسـية والاقتصادية والعلمية، ولعل بيل غيتس، مؤسس شركة مايكروسوفت، مـن أكثـر المبشـرين حماساً وتفاؤلاً، في كتابه (الطريق المقبل) حيث يرى أن الإنترنيت ليست سوى طريق ترابي، غير معبد، مقارنة مع طريق المعلومات السريع، الذي سيتم تشـييد بنيتـه التحتيـة مـن خـلال التكامل بين تقنية الألياف الضوئية والأقمار الاصطناعية والشبكات الإلكترونية.[38]

وتوقع مؤسس ورئيس شركة (مايكروسوفت) بيل غيتس إن التطـورات التقنيـة في العقد القادم ستفوق ما تحقق في العقود الثلاثة الماضية وأن فرص النمـو لا تـزال كـبيرة، وان الابتكارات الثورية التي شهدتها السنوات الماضية نجحت في وضع بنية أساسـية للمزيـد مـن التطورات الكبرى ستشهدها المرحلة المقبلة وستشهد السنوات القادمة تركيزاً علـى مواصـلة تطوير الأجهزة والمعدات التقنية بشكل مذهل، وقال إن الـدول العربيـة تملـك فرصـاً كـبيرة للاسهام في تطوير صناعة البرمجيات مبيناً ان هناكمليار مستخدم لأجهزة الحاسـوب في مختلف انحاء العالم من أصل 6.6 مليار نـسـمة هم عدد سكان العالم، ونصح غيـتس أصـحاب القـرار

والمسؤولين على الاستثمار في تطوير التعليم والارتقاء بمستوى المناهج التعليمية، والتركيز على احتياجات الشباب ورغباتهم وآمالهم لأنهم يحملون مفاتيح نجاح المستقبل الاقتصادي والاجتماعي لبلادهم.(39)

وأعلنت (جوجل) في بداية عام 2008 عن طرح خدمة المدونات (Blogger) باللغة العربية، حيث تسمح هذه الخدمة لمستخدمي اللغة العربية حول العالم بالتواصل والتعبير عن أنفسهم والمشاركة في واحد من أكبر اتجاهات الانترنت في وقتنا الحاضر.

وتوفر المدونات وسيلة سهلة وفعالة تمكن الناس من تبادل وتقاسم آرائهم وأفكارهم مع الملايين من الأشخاص عبر الانترنت، وتتيح خدمة المدونات لأي مستخدم أن يقوم بتأسيس مدونته الشخصية وتعديلها وتحديثها عن طريق خطوات بسيطة يستطيع من خلالها أن يبدأ التدوين وأن يحمل عليها أفلام الفيديو والصور الخاصة به.

ويعد حاسوب الدي إن إيه (DNA Computer) نمطاً جديداً من أنماط الحوسبة التي تستخدم الحمض النووي والبيولوجيا الجزيئية بدلاً من تقنيات الحوسبة التقليدية المعتمدة على السيليكون، ويمثل هذا الكومبيوتر القدرة المزدوجة لثورتي البيولوجيا الجزئية والمعلوماتية معا، وفي إطار التزاوج بين التطور في مجال تصنيع الشرائح الإلكترونية وثورة الهندسة الوراثية، يحمل المستقبل للبشرية توقعات بالغة التقدم لإيجاد وسيلة مباشرة للتعامل مع المخ من أجل استثمار إمكاناته الهائلة بما يتعين معه فك شفرة ملايين الخلايا العصبية، خاصة إذا ما علمنا أن جزيء مخ يمكنه أن يخزن معلومات تفوق تلك المخزنة في أجهزة الحاسوب الحالية بتريليونات (آلاف المليارات) من المرات كما يمكنه معالجة المعلومات، وقد تمكن العلماء فعلا من صناعة وصلة بين خلية عصبية حية وشريحة سيليكونية مع إمكان تبادل الإشارات بين الخليتين، وأحد التطبيقات لهذا الجهد، صناعة (عين الكتروحيوية) يمكن من خلالها إعادة البصر للعميان وكذلك محاولات زرع ذاكرة إلكترونية لتحسين قدرة التذكر والحفظ لدى الإنسان.

ويسمي رئيس شركة اريكسون السيد كارل هينريك سفانبيرغ تقنية اللعبة الثلاثية النقالة **mobile triple play** بأنها الحقبة المستقبلة الجديدة في عالم الاتصالات اللاسلكية، التي سترتفع فيها سرعة نقل المعلومات عن طريق شبكة الجيل الجديد للهواتف النقالة يوم

تي س UMTS، وسيفسح هذا الأمر المجال امام تكنولوجيا لاسلكية جديدة مثل برامج ويماكس winmax، كل ذلك يهدف إلى التقليل من أهمية الشبكة الثابتة، وعليه يمكن القول إن المنافسة على الزبائن بدأت مرحلة جديدة لا سابق لها مثل على غرار تقنية علبة المآخذ الثلاثية اللاسابق لها أيضاً.

ويصعب التنبأ بمستقبل الإنترنت خصوصاً مع ظهور تقنيات وأفكار جديدة كل يوم، الكثير من هذه التقنيات لا ينتشر ويموت مبكراً، وبعضها يستخدم بشكل واسع مع أن البعض كان يتوقع لها غير ذلك، لكن يمكن أن نتحدث عن بعض التطورات التي قد نراها في السنوات المقبلة، مثل إنترنت 2 التي ستوفر سرعة عالية جداً للوصول إلى الشبكة، هذه السرعة قد تجعلنا نستغني عن استخدام الوسائل التقليدية للبث الإذاعي والتلفزيوني ونعتمد كلياً على البث الرقمي عبر الشبكة، حالياً إنترنت 2 لا تستخدم إلا بين مجموعة من الجامعات الأمريكية.

رقمية الإذاعة والتلفزيون

ولدت تكنولوجيا البث التلفزيوني على يد بيرد، الذي اخترع آلة لبث الصوت والصورة، وسمّاها «تليفايزر» Televisor، وفي عام 1926، توصل الى صنع أنبوب مهبط الكاثود Cathode Tube، الذي يستطيع تحويل الموجات الكهرومغناطيسية (ونموذجها موجات الراديو) الى صور، مُستفيداً من بحث لعالم الفيزياء الاشهر البرت اينشتاين الذي أوضح فيه ان مرور تيار من الالكترونات في دائرة كهربائية مُحفّزة، يؤدي إلى توليد رسوم وصور، حيث انطلق البث التلفزيوني من بريطانيا عام 1936، وفي الخمسينات، انتقل الى عصر الألوان، وفي الستينات صار التلفزيون فضائياً بفضل الأقمار الاصطناعية، وفي السبعينات، ضم إليه جهاز الفيديو واشرطته، ومع انتشار الانترنت، ظهرت فكرة «تلفزيون الويب» Web TV، الذي يعتمد على بروتوكول الانترنت في نقل الصورة والصوت عبر الشبكة العنكبوتية.

وشهد العصر الجديد في فضاء القنوات التلفزيونية تحويل الإرسال التلفزيوني من النظام القياسي إلى التقنية الرقمية، بحيث يمكن للجمهور مشاهدة البرامج المعروضة ليس فقط داخل حجرة الجلوس بل في حديقة البيت أو فوق السطح بل وفي كل مكان.

ورغم اكتساح نظام البث القديم (البث التناظري)، الا ان برلين تعد أول مدينة أوقفت أجهزة الإرسال التناظرية لديها، وأشارت الاحصائيات إلى أن تنمية التلفزيون الرقمي في العالم قد دخلت من مرحلة التجارب التكنولوجية والدفع الحكومي إلى مرحلة جديدة متمثلة في الانتاج التجاري والتسويق، وقد تجاوز عدد مستخدمي التلفزيون الرقمي 40 بالمائة في الولايات المتحدة و50 بالمائة في بريطانيا ووصل في اليابان 12 مليون شخص، وفي الوقت نفسه مع التنمية التكنولوجية ظهر التلفزيون الشبكي وتلفزيون أي بي والتلفزيون على المواتف المحمولة والتلفزيون الفضائي المحمول وغيرها من الوسائل الجديدة وأصبح كل ذلك قوة دافعة هامة لتطور الوسائل الرقمية الجديدة.

وترقيم البرامج التلفزيونية يقصد به استخدام التقنيات الرقمية خلال عمليات التصوير والتحرير والإخراج والبث للبرامج التلفزيونية بشكل شامل، وبالمقارنة مع برامج المحاكاة التي تستخدم حالياً على نطاق واسع، فإن البرامج الرقمية تتميز بصورها الواضحة وجودة أصواتها وسعتها الكبيرة وقدرتها على تجنب التشويشات، هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى، غيرت البرامج الرقمية نمط مشاهدة الناس للبرامج التلفزيونية، حيث استطاع المشاهدون اختيار البرامج المفضلة لهم بناء على رغباتهم، والأكثر من ذلك أن التلفزيون الرقمي يقوم بدور الكمبيوتر في بعض الأحيان، حيث يوفر ساحة لتقديم خدمات ميسورة لحياة الشعب اليومية.[40]

كما ساهمت ثورة الكومبيوتر في ظهور شاشات فضية أشد وضوحاً، وأكثر قابلية للاستجابة للبث الرقمي التفاعلي، مثل (التلفزيون العالي الوضوح) High Definition TV، وشاشات البلازما والكريستال السائل وغيرها، وبذا، ضاق الفارق بين التلفزيون والكومبيوتر، خصوصاً ان الالعاب الإلكترونية للكومبيوتر وُلدت أصلاً عبر تقنية الفيديو في أجهزة مثل الـ «سيغا»، وفي المقابل، اهتم الكومبيوتر بالتقاط البث المتلفز، وجاءت المنافسة الاقوى للتلفزيون من الخليوي، ففي عام 2004، ظهرت تقنية «بث الفيديو الرقمي عبر الخليوي» Digital VideoBroadcast، واختصاراً «دي في بي» DVB، التي شكّلت الولادة الفعلية للتلفزيون الرقمي، لانها تلائم «التلفزيون العالي الوضوح»، كما يمكن بثها أرضاً وفضاء، وبإمكان التقاط ذلك البث المتلفز في أجهزة رقمية مثل الكومبيوتر والخليوي، وفي المشهد التقني عينه، ظهرت تقنية «البث التلفزيوني للملتي ميديا» Digital

Multimedia Broadcast، واختصاراً «دي ام بي» DMB، والتي تحسب بثاً متخصصاً للهواتف الخليوية، وبما يمكنها من المنافسة مع التلفزيون، كما استغلت شركات الخليوي مونديال كرة القدم في ألمانيا، لتطلق أول بث «دي أم بي» لجمهور الخليوي.[41]

واعتباراً من الأول من نيسان عام 2006 بدأ اليابانيون مشاهدة عروض التلفزيون الرقمي على الهواتف والأجهزة الأخرى المحمولة مما شكل حدثاً إعلامياً قاد المنتجين إلى وضع برامج تلفزيونية اكثر ملائمة لهذا الوسيط الإعلامي الجديد، وتؤخذ اليابان أول مستخدم فعلي لهذه التقنية الحديثة (One Seg) المعروفة شعبيا باسم (وان سيغ) اختصاراً لعبارة (وان سغمنت) أو (مقطع واحد)، وان كانت كوريا الجنوبية بدأت بتقديم هذه الخدمة منذنهاية 2005، ويتم بث برامج التلفزيون الرقمي الجوال عبر شبكة تلفزيونية بتردد هرتز، ويمكن التقاط البث الشبيه ببث التلفزيون العادي عبر هاتف محمول أو أجهزة معدة لذلك مثل شاشة الالعاب الإلكترونية أو الكومبيوتر المحمول، أو قارئ أسطوانات الفيديو الرقمي المحمول أو أجهزة الراديو والتلفزيون داخل السيارات.

ويشهد التلفزيون اليوم تطورات متلاحقة ستجعله بين عامي 2008 و2012 رقمياً بامتياز، إذاً إن التلفزيون الرقمي أو التفاعلي الذي يبث إرساله عبر الساتلايت أو الكابل، والذي يقدم باقة غنيّة من المحطات والبرامج المغرية بصورة أفضل: وأدلة الكترونية للبرامج وخدمات مميّزة جداً (مثل: الفيديو تحت الطلب، وإمكانية انتقاء البرامج والتصويت والمشاركة في الألعاب وغيرها الكثير) سيكتسح الساحة الإعلامية في معظم الدول الكبرى قبل أن ينتقل إلى سائر دول العالم، ولاسيما أن عمل التلفزيون الرقمي أهم بكثير من الأنماط الأخرى التي تبث عبر موجات هوائية، ومن أبرز مميزات خدمات التلفزيون الرقمي: يوفر صورة بألوان أفضل، وصوتاً أكثر صفاء وعدداً لا متناهياً من القنوات، كما توجد خدمة متميزة تسمى بـ (تسجيل الفيديو الشخصي) وهي خدمة تسمح بوقف المشهد على الشاشة وإعادة مشاهدته وتسجيله، كما أنها تزودّ بدليل موسّع لأبرز البرامج، وتسمح للمشاهد بأختيار المادة المفضلة لديه لتضع ضمن قائمة شخصية باسمه، ويقوم بتسجيلها حتى لو لم يكن داخل المنزل، بل وفقاً لجدول زمني مبرمج يضعه بنفسه، وهناك أيضاً خدمة (الفيديو تحت الطلب) التي تتيح له إمكانية وضع الإطار المناسب للبرامج التي يريد مشاهدتها والاستغناء عن خدمات المحطات التلفزيونية، حيث تستطيع حضور أخبار قناة أبوظبي في

العاشرة، ومن ثم برنامج "مَن سيربح المليون" في الحادية عشرة وبعدها فيلم عربي...الخ، إضافة الى طلب أفلام وعروض خاصة تبث فقط على التلفاز الشخصي للمشاهد، كما يمكن ربط التلفزيون على جهاز الكمبيوتر بحيث يمكن مشاهدة التلفزيون عبر شاشة الكمبيوتر، ووجود مكتبة واسعة على الانترنت تضم أعداداً كبرى من الأفلام والمسلسلات، التي يمكن أيضاً متابعتها عبر الكمبيوتر الخاص، ومن ناحية أخرى، تم ربط التلفزيون بأجهزة الهاتف المتحرك، علماً بأن بعض الهواتف وشركات الخدمات باتت تسمح لمستخدمي الموبايل بمشاهدة التلفاز عبر أجهزتهم المتطورة، كما أصبحت الانترنت، أداة مهمة على الصعيد الإعلامي، حيث فسح المجال أمام العديد من المؤسسات أو الأشخاص الراغبين بتأسيس قنوات تلفزيونية أو إذاعية أو صحف مكتوبة، بالبث عبرها عوضاً عن افتتاح مؤسسات ذات كلفة عالية وبذل مجهود مضاعف للحصول على تراخيص رسمية الخ...، وبالتالي تستطيع الكثير من الجهات اليوم القيام بالبث الإعلامي من خلال شبكة الانترنت، بحيث يستطيع المستخدم الدخول إلى الشبكة واستخدام القناة أو الوسيلة التي يريدها ليطلع منها على كل ما هو جديد ومثير.

ويرى الكثير من الباحثين في مجال تكنولوجيا الإعلام بأن الشاشة الصغيرة ستصبح طيعة جداً في المستقبل، وربما سيتم ابتكار التلفزيون المحمول الشبيه بالكمبيوتر النقال وهو أمر مهم جداً لأنه يتيح تخطي العديد من المعضلات التي كانت تتحدّى التلفزيون على مدى عقود عدة وهي إمكانية نقل هذه الوسيلة الإعلامية الترفيهية الأساسية، كما ان هذا الجهاز سيصبح منتشراً بصورة خيالية في الأعوام العشرة المقبلة، إلى جانب انتشار الشاشات العملاقة على الطرقات العامة وداخل الأحياء الصغيرة وفي مختلف مكاتب العمل والمؤسسات.[42]

وتشهد الدول، والمنظمات الدولية، منجزات مهمة على صعيد التحول إلى النظام التلفازي الرقمي، وفي إصدار التشريعات القانونية، بهدف التسريع بهذا النظام المتطور، حيث أصدر المشرعون الاميركيون عام 2005 تشريع جديد، يرغم جميع أصحاب أجهزة التلفزيون المستخدمة في الولايات المتحدة، التحول لاستقبال اشارات البث التلفزيوني الرقمي في نهاية عام 2008، وذلك في محاولة لتحرير ترددات الموجات في نطاق الطيف التناظري بغية استخدامها في مجالات اخرى كخدمات النطاق العريض للاتصال بالإنترنت،

والاتصالات في حالات الطوارئ والاغاثة والاسعاف، وبموجب هذا التشريع يتوجب على التلفزيون التناظري ان يتوقف عن البث عندما تستطيع 85% من المنازل تسلم الإشارات الرقمية، كما يتوجب على جميع التلفزيونات، وأجهزة تسجيل الفيديو ومشغلات(دي في دي) استيعاب هذه التقنية بحلول شباط عام 2009، وهو الشهر الذي ستتحول فيه ملايين الأسر إلى خدمات القنوات المتعددة التي تقدمها شركات الكابل والأقمار الصناعية والاتصالات الهاتفية.

ويتوقع أن ينمو عدد المساكن التي تستخدم التلفزيون الرقمي من 57 مليون وحدة موجودة حاليا إلى 77 مليون قبل بدء عام 2009، ومع تزايد عدد المستخدمين للتلفزيون الرقمي في الولايات المتحدة، هناك ما يقرب من ثلثي البيوت في بريطانيا لديها تسهيلات للوصول إلى التلفزيون الرقمي، وهذا مقارنة بـ 55% في بداية عام 2005، وتشكل نسبة البيوت التي تمتلك حالياً تلفزيوناً رقمياً في لندن 65%، والأكثر انتشاراً هو التلفزيون الرقمي المنقول أرضاً حيث يشكلون 25% من جمهور التلفزيون الرقمي، ويستطيع ما يقرب من ثلثي أصحاب البيوت الذين لديهم تلفزيونات أن يستلموا التلفزيون الرقمي، وهذه بزيادة 10% خلال عام 2005،[43] واقترحت المفوضية الأوروبية أن تنتقل أوروبا إلى البث التلفزيوني الرقمي بدلا من النظام التماثلي (الأنالوج) بحلول مطلع عام 2012 لتصبح أول منطقة في العالم تبث جميع محطات التلفزيون فيها بالنظام الرقمي، وتقدر المفوضية أن سوق الاتحاد الأوروبي من أجهزة استقبال وإرسال التلفزيون الرقمي وحدها سيصل إلى 20 مليون وحدة في العام، ومن المتوقع أن يشتري جميع المشاهدين جهاز استقبال واحدا على الأقل بحلول عام 2010 سواء كجهاز مستقل أو بداخل جهاز.

ويحتاج التلفزيون الرقمي والبث بالنظام الرقمي فقط من ثلث إلى نصف قدر الطيف الذي يحتاجه التلفزيون التقليدي، مما سيحقق مكاسب اقتصادية ضخمة بسبب إحسان استعمال الطيف، وجودة صورة أفضل للمستخدمين، ويمكن إتاحة المزيد من القنوات لعامة الأوروبيين.

وفي اليابان، حوالي 6 في المائة من المنازل التي تمتلك أجهزة تلفاز تعتمد أجهزة تلفزيون ذات دقة عالية HD، وفي المناطق الحضرية الرئيسية في طوكيو، وأوساكا، وناجويا،

فإن نسبة لا تقل عن 90 في المائة من المحتوى الذي تنشره محطة NHK اليابانية، شركة البث العامة للدولة، يكون على شكل محتوى عالي الدقة، في الوقت الذي تعتزم فيه طوكيو إيقاف التلفزيون التناظري بحلول العام 2011، وإذا كان حوالي 5 في المائة فقط من الأسر الأميوية لديها حاليا تلفزيونات رقمية، وهناك توقع بنمو السوق الآسيوية أربع مرات خلال السنوات الخمسة المقبلة.

وشهدت الصين تطوراً واضحاً في الأخذ بالنظام الرقمي، مع وجود أكثر من 400 مليون جهاز، مقابل مليار و400 مليون جهاز تلفزيون في العالم، أي وجود جهاز تلفزيون فيكل منزل صيني، وهذا أعلى بكثير من نسبة استخدام الكومبيوتر، وحسب خطط البلاد ستعمم الدولة التلفزيون السلكي الرقمي بصورة شاملة بحلول عام 2015 وقد بدأت 49 مدينة في الصين أعمالاً تجريبية في هذا الصدد منذ عام 2004، وحتى الآن، تجاوز عدد مستخدمي التلفزيون الرقمي في الصين أربعة ملايين، بإمكانهما لتمتع بصور تلفزيونية واضحة مثل (دي في دي (DVD)) وأصوات ممتازة مثل أصوات السينما، بالإضافة إلى الحصول على معلومات استفسارية وخدمات كثيرة بما فيها شؤون الإدارةالمدنية والتعليم الثقافي ومعلومات المواصلات الفورية وغيرها، وتجدر الإشارة إلى أن التلفزيون يعد الأداة المعلوماتية الأكثر انتشاراً في الصين في الوقت الحاضر، وقد تجاوزت نسبة تعميم التلفزيون في العوائل الصينية بالمدن 130%، أما نظيرتها في الأرياف، فقد بلغت 75%، كما أكدت الهيئة الوطنية الصينية للإذاعة والتلفزيون السينما مؤخراً أن أعمال تعميم التلفزيون الرقمي تتجه حاليا بصورة تدريجية إلى وسط وغربي الصين والمناطق الأقل نموا.[44]

كما شهدت أكثر من 120 دولة في المؤتمر الاقليمي للراديو 2006 "(RRC-06) عام 2006 بمدينة جنيف – سويسرا، توقيع الاتفاقية الجديدة للخطة الرقمية التلفزيونية الأرضية، حيث صدر عنه اتفاق إقليمي جديد للخطة الرقمية التلفزيونية الأرضية الخاصة بالإقليم الاول في النطاق الترددي 174–230 ميجاهرتز و470–862 ميجاهرتز، والذي يحتوي على القواعد الإجرائية التنظيمية لاستخدام القنوات التلفزيونية الرقمية الأرضية، ووضع خطة رقمية تلفزيونية أرضية جديدة، حيث تم تحديد التوزيع على الدول المشاركة في المؤتمر، ومن ضمنها أقطار الخليج العربي، ومن أهم نتائج المؤتمر التي تم الاتفاق عليها، حماية

البث التلفزيوني التماثلي الأرضي الذي سينتهي خلال العام 2015، أي أنه لن يتم حماية اية قنوات تلفزيونية تماثلية بعد هذا العام. (45)

الراديو الرقميDigital Radio

كان الأمريكي (صامويل مورس) أول من اخترع التلغراف الكهربائي السلكي، ووضع الشفرة الخاصة بتشغيله، إذ ربط من خلالها بين الأصوات وبين الحروف الهجائية واستخدمت في بث واستقبال رسائل لمسافة عشرات الأميال، وقد شجعت الحكومة الأمريكية هذا الاختراع، فمنحت (موريس) دعماً ليتمكن من مد أول خط تلغراف في العالم بين مدينتي (بلتيمور) بولاية ميرلاند وبين العاصمة الأمريكية واشنطن بطول 40 ميلاً، واستطاع (موريس) في 25 مايو 1844م نقل أول رسالة تلغرافية في العالم، وكانت تحوي أربع كلمات فقط هي (فما أبدع صنع الله)، وبذلك أصبح نقل المعلومات من مكان إلى آخر يتم بسرعة الضوء، وفي 27 يوليو 1866م نقلت أول رسالة تلغرافية بين أوروبا والولايات المتحدة عبر(الخط الكيبل) التلغرافي الذي تم مده تحت مياه المحيط الأطلسي.

بعدها تم اكتشاف ما سمي (الموجات الكهرومغناطيسية) التي تعبر الفضاء بسرعة الضوء وذلك عام 1888م، وسميت فيما بعد هذه الموجات (موجات الراديو) RadioWavesوأصبحت تقاس بالهيرتز نسبة لمكتشفها، وقد صمم (هيرتز) جهازاً لاكتشاف وتوليد هذه الموجات وهو الأساس العلمي الذي قامت عليه الإذاعة والتلفزيون.

وقد توالت المحاولات باستخدام موجات الراديو لإرسال واستقبال الصوت البشري وتحسين وتطوير وسائل الإرسال والاستقبال، حتى استطاع المخترع الأمريكي (لي دي فورست) عام1906م من إحداث ثورة جديدة في الإذاعة والراديو، عندما اخترع جهازاً سماه (اوديون) يقوم بالتقاط الصوت والإشارات المشفرة واللفظية من الفضاء وتكبيرها عبر مكبر صوت، وبهذا أصبح بالإمكان نقل الصوت البشري إلى كافة أنحاء الكرة الأرضية، واستمر تطويرأجهزة الاستقبال حتى أمكن تصنيع أجهزة إرسال واستقبال صغيرة الحجم يمكن حملها وذات كفاءة عالية، ثم تأسست محطات إذاعية تستخدم موجات اف امFrequency Modulation لبث الموسيقى والأغاني بصفة رئيسية، وتقدم بعض

النشرات الإخبارية، ويتميز بث هذه المحطات بالوضوح وقلة التشويش حيث أنها ترسل إشاراتها في خطوط مستقيمة بخلاف محطة ايه ام (Amplitude Modulation) التي تبث على تردد أقل من تردد موجات الـ(FM).

وتعود فكرة الراديو الرقمي إلى الأميركي، اللبناني الأصل، نوح سمارة الذي اطلقها عام 1999 في مجموعته العالمية World Space واضعاً حداً لتاريخ الأطباق في التقاط الإشارات، مستعيضاً عنها بهوائيات دقيقة مثبتة في كل جهاز إذاعي تلتقط الاشارات مباشرة، ولا ينأى المذياع، الوسيلة الاعلامية الأوسع انتشاراً في القارات، عن الانقلابات التقنية الجذرية التي تطول وسائل الاتصال، فقد سجلت منظومة الرادية S.D.R، Radio Data System إمكانيات نقل البرامج منذ العام 1980، مصحوبة بترددات ساعدت في التعرف على المرسل، أو الحصول على معلومات حول زحمة الطرق وأسعار البورصات، وذلك بتشفير الراديو بمقابس خاصة باتت في الأجهزة العادية.

وقد سمح البث الاذاعي الرقمي بتوسيع إمكانيات الحصول على البرامج بواسطة منظومة أكثر تطوراً هيB.A.Audio Brod Broadcasting Digital D، الأمر الذي ضاعف الإذاعات المتخصصة وحقق اللامركزية في البث، فأخذت الإذاعات المحلية والاقليمية في الانتشار محققة لفكرة المذياع الفضائي بواسطة الأقمار الصناعية، وبات المسافرون عبر الطائرات قادرين على متابعة أخبار العالم، كما يعكف اليوم على دراسة راديو فضائي مخصص للسيارات يمكّن قائدها من الالتقاط الواضح لأية إذاعة على سطح الأرض مهما بعدت، وقد ساعدت تقنيات البث بواسطة الأقمار الصناعية على مضاعفة المشهد الاتصالي صوتاً وصورة، وغدا العالم ملكاً للإنسان المعاصر، يطلبه في باقات لا تنتهي من البرامج، وقد انهارت الحدود والعوائق والفواصل اللغوية والثقافية وتداخلت الى حد بعيد.[46]

مزايا البث الاذاعي الرقمي

ويمتاز البث الرقمي بآلاف الخدمات الجديدة التي يمكن تقديمها للمشاهدين والمستمعين، فبدلاً من تحويل الصورة والصوت إلى موجات، فإن التكنولوجيا الجديدة تحولها

إلى سلسلة من الأرقام التي يمكن نقلها عبر الهواء ثم استقبالها بواسطة الهوائي الخاص بالتلفزيون أو الراديو، ويتميز البث الرقمي:

1. أكثر كفاءة من الاتصال التناظري analogue الأمر الذي يجعله قادراً على توفير مساحة لست قنوات في حين أن الأخير يمنح قناة واحدة فقط.
2. يعطي المزيد من الخيارات، ويمنح المستمعين قدراً أكبر من التفاعل مع قنوات البث بالإضافة إلى فرص التسوق، وحجز الرحلات، والمعاملات المصرفية، والاشتراك في الألعاب، وكل ذلك بواسطة التحكم عن بعد.
3. يوفر البث الإذاعي الرقمي إرسالاً صوتياً فائق النقاوة يماثل نقاوة الصوت في الأقراص المدمجة مع تحرره من المؤثرات الخارجية التي يمكن أن تؤثر على البث التقليدي.
4. يوفر عدد أكبر من المحطات مع توفير خيارات أكبر للمستمعين من القنوات المتخصصة.
5. إمكانية استقبال البيانات على شاشات الراديو الرقمي وبث المعلومات الرقمية عن حالة المرور وإمكانات التسوق على الخطوط الإلكترونية حيث سيتم تزويد بعض أجهزة الإستقبال بأزرار خاصه لإتمام عملية الشراء عند الرغبة في إقتناء أي بضاعة تعلن عنها المحطة، ويرتبط جهاز الراديو بهاتف ينفذ عملية الإتصال لشراء البضاعة، ومثلما استفاد التلفزيون من التكنولوجيا الرقمية، فإن الراديو أيضا سيقدم للمستمع نبرة مختلفة تماماً عما كان معهوداً من قبل، فجودة الصوت ستكون نقية نقاء الكريستال وخالية من أي تشويش، وستكون أجهزة الراديو الرقمية الجديدة على لوحة عرض مضيئة تعرض الصور والبيانات والأرقام المرتبطة بالبرامج التي تستمع إليها.

ويستطيع الراديو الرقمي Digital Radio اعتمادا على تقنية النقل (بالبت والبايت) Bits and Bytes إلتقاط الصور والنصوص المختلفة، بهذا يكون الراديو الرقمي أحدث معيار منتشر في العالم بأسره يستخدم بث البرامج الإذاعية عبر الهوائي، كما شهدت صناعة الراديو الرقمي انتاج مجموعة من الرقائق الإلكترونية بهدف تهيئة أجهزة الكمبيوتر وراديو السيارات لاستقبال الإذاعات العالمية دون الحاجة إلى أقمار صناعية أو برامج إلكترونية مساعدة، خاصة بعد تراجع صناعة الإذاعة الرقمية على المستوى العالمي، وتعتمد مجموعة الرقائق الجديدة في عملها على ترجمة الإشارات الإذاعية إلى إشارات رقمية ونبضات إلكترونية ثم تحول الإشارات الرقمية إلى موجات إلكترونية مماثلة للموجات الصوتية

المستخدمة في أجهزة الكمبيوتر وذلك في زمن قياسي جداً، وتتميز هذه الرقائق بقدرتها على معالجة التداخل بين البث الإذاعي بما يكفي لتحديد المحطات الإذاعية العالمية والإقليمية بمنتهى الدقة والوضوح بالإضافة إلى التغلب على الصعوبات الجغرافية التي تعوق البث الإذاعي مثل الجبال والمنازل وغيرها.

ويعتبر الراديو الرقمي هو الجيل القادم للبث الإذاعي، والذي يعني انتهاء حقبة زمنية شهدت بث موجات (AM) منذ عام 1920م وبث موجات (FM) منذ عام 1940م، مما يعني جودة في نقاء صوت إذاعات الموجات المتوسطة(AM)، والتي ستكون أقرب الى موجات(FM)، كما سيحول موجات(FM)الحالية إلى نقاء وصفاء الأقراص المدمجة(CD)، وسيتيح زيادة عدد القنوات الإذاعية التي يمكن أن تبث بمعدل خمسة إضعاف بحد أقصى، كما يمكن لهذه التقنية من إمكانية إرسال الأحرف التي تظهر على شاشة الراديو الصغيرة، حيث يمكن بث حالة الطقس او اسم البرنامج الحالي، أو يمكن لإدارة المرور أن ترسل رسائل نصية عن حالة الطرق والاختناقات التي فيها، ولن يكون البحث عن القنوات في الراديو الرقمي برقم التردد بل باسم القناة مباشرة والذي يظهر على شاشة الراديو، وستتاح لأجهزة الراديو التي تستقبل هذا البث، وخاصة في راديو موديلات السيارات الجديدة، تسجيل اي برنامج والاستماع له لاحقاً، أو عندما يضطر الانسان لإيقاف الراديو لأي سبب كان، فانه لن يفوته البرنامج المفضل، بل سيبدأ الراديو باستكمال البرنامج من حيث وقف، وهذا كله بفضل التحول الرقمي.

ويوجد في العالم معيارين مختلفين للراديو الرقمي، الأول امريكي ويسمى (HRD) حيث صرح له في عام 2002، اما في أوروبا ومعظم دول العالم، فهناك معيار(DAB) والذي ظهر قبل المعيار الامريكي، وأن اختلفت معايير هذه التقنية إلا أن الهدف مشترك، وهو الاستفادة من موجات(AM)الموجودة على الترددات من 530 إلى 1705 كيلو هرتز بحيث يتم إرسال موجات رقمية من خلالها وكذلك الاستفادة من موجات (FM) الموجودة على الترددات من 88 إلى 108 ميكا هرتز، وتحويلها إلى موجات رقمية.

وهناك تقنية رقمية أخرى ما زالت تكافح لتفرض نفسها في سوق أجهزة الراديو، وهي تقنية راديو الأقمار الصناعية، ويختلف هذا عن الراديو الرقمي بأنه يستقبل الموجات مباشرة من الأقمار الصناعية وليس من أبراج أرضية، ويُعدّ الراديو الفضائي إنجازاً آخر

للثورة الرقمية العالمية التي بدأت بالإنترنت والتلفزيون الفضائي والهاتف التلفزيوني ووسائل الاتصال الأخرى، ولا شك أن لهذه الوسائط أثراً على المجتمعات من حيث طرق الحصول على المعلومات وإمكانية التأثير والتأثر، وتكوين مجتمعات تشترك باهتمامات معينة متجاوزة الحدود الجغرافية، وتشكيل نظرة المرء للعالم الخارجي وعلاقته به، وعلاقته بمجتمعه المحلي.[47]

وهناك شركتان في الولايات المتحدة توفران البث الإذاعي من أقمارهما الصناعية، أولاهما أكس أم(XM) التي تبث من استوديوهاتها في واشنطن العاصمة إلى قمريها الصناعيين ومن ثم إلى أجهزة الاستقبال في سائر أنحاء أمريكا، وقد بدأت البث الرسمي في أيلول/ سبتمبر 2001، وتوفر 70 قناة موسيقية، بعضها منوّع وبعضها يختص بنمط موسيقي معين، و30 قناة غير موسيقية (إخبارية ورياضية وكوميدية وقنوات البرامج الحوارية Talk Radio وقنوات الأطفال والكتب المسموعة والمنوعات)، وثانيهما شركة سيريوس (SIRIUS) التي تبث من مدينة نيويورك إلى ثلاثة أقمار صناعية (عاملة رسميا منذ تموز/ يوليو 2002)، وتوفر 60 قناة موسيقية و40 قناة إخبارية ورياضية وعلمية وترفيهية أخرى، ولكل من هذه الأقمار الصناعية محطات أرضية لتقوية البث لتضمن وصول البث إلى كل أنحاء أمريكا، بما فيها الأماكن النائية التي لا تصلها الإذاعات التقليدية، وحتى يستطيع المرء الحصول على إحدى الخدمتين، عليه أن يشتري جهاز استقبال Receiver (لاقطاً) متوافقاً مع إحدى الشركتين وهوائياً صغيراً.[48]

تكنولوجيا البث الاذاعي الرقمي

وتكنولوجيا البث الإذاعي الرقمي، مثلها مثل تكنولوجيا البث التليفزيوني الرقمي، فهي تتيح ارسال عدة قنوات صوتيه في حزمة صغيرة من الترددات وتستقبل برامجه بواسطة هوائي صغير، بمعنى آخر فإن هذه التكنولوجيا تشغل مساحة أصغر من الطيف (spectrum)، وعلى سبيل المثال نجد أن سبع قنوات تناظرية يمكن ان تشغل حالياً حوالي MHz9 في حين أن القنوات نفسها فيما لو تحولت إلى البث الرقمي فإنها ستشغل بحد أقصى MHz1.5، والمحطات الرقمية تبث إرسالها بواسطة موجات تنتقل عبر الأثير شاغلة جزء من الطيف لكل تردد، والتكنولوجيا الرقمية تقوم بضغط عدد أكبر من القنوات في كل جزء من أجزاء الطيف من خلال توفير القنوات في صورة رقمية ثم تنقل عدد من تلك

القنوات بهذا الشكل المرمز في صورة موجات وأخيراً يتم فك تلك الرموز عند وصولها للمستمع، هذه العملية تعني أنه على التردد نفسه يكون هناك مزيج من المحطات المرمزة أو المشفرة والتي لا يمكن إعتراضها إلا بواسطة جهاز خاص لفك الشفرة (decoder) او ما يعرف بجهاز الإستقبال الرقمي للتليفزيون، أما في حالة الراديو فإن جهاز فك الشفرة يكون مبنياً داخل جهاز الراديو نفسه، والإشارة الرقمية للراديو يمكنها حمل ثمان إلى تسع محطات أو قنوات على الموجات نفسها، وفي الولايات المتحدة الأمريكية بدأت في الظهور محطات رقمية تبث براجها عبر الأقمار الصناعية ويطلق عليها محطات S مقابل موجات FM و AM التي ظهرت في الأربعينات، ولما إمكانية تغطية مساحات شاسعة بالإرسال لا يمكن للبث التقليدي المحدود الوصول إليها، ويتطلب البث الفضائي شراء راديو صغير للسيارة يحتوي على بطاقة توضع في فتحة الكاسيت أو جهاز عرض القرص المدمج مع طبق فضائي صغير يوضع خارج السيارة، هذه الخدمات الرقمية تتضمن أجوراً شهرية في حدود عشر دولارات، وتعود أهمية البث الرقمي الموجه نحو المستمعين في السيارات ووسائل النقل الأخرى إلى أن الراديو في السيارة له وزن التليفزيون نفسه في المنزل وبالتالي فإن وجود البث الفضائي في السيارة يصبح ضروره عصرية لأن الراديو الإعتيادي بموجاته التقليديه FM و AM لم يعد يغطي طموحات المستمعين الواسعة وبراجها المختارة حيث أن النظام الرقمي يحتوي على عدد أكبر وأشمل من القنوات بشكل يكفي لتلبية احتياجات المستمعين المتنامي.

ولابد من الاعتراف بأن الراديو التقليدي لازال يتمتع بشعبية ومزايا فائقة القوة وبالتالي فإنه ليس من المتوقع للراديو الرقمي أن يشكل خطراً على المدى المرئي لصناعة الراديو التقليدي، وميزة الراديو التطفلية (intrusiveness) مثلاً تجعل منه وسيلة إعلانية ليس من السهل منافستها، كذلك فإن سهولة الاستعمال والنقل التي سيستمر الراديو في الحفاظ عليها تعطيه قوة أمام أي منافسة أخرى، وقد تمكن الراديو منذ ظهوره في العشرينات من الصمود أمام كافة التطورات التكنولوجية الحاصلة لدى وسائل الإعلام الأخرى وظل وسيلة إعلام جماهيري ذات إنتشار لا يضاهى، ففي بريطانيا مثلاً يستمع 90% من السكان إلى الراديو بمعدل 3 ساعات يومياً.

وعلى الرغم من التجربة الجديدة للراديو الرقمي، فأن هذه الثورة تحقق نجاحاً منعلاً، إذ بحلول 2002، تم (بيع 60 الف جهاز رقمي فقط في بريطانيا خلال فترة سبع

سنوات، من بداية وجود أول قنوات بث رقمية، ولكن بحلول نيسان (أبريل) 2007، ارتفع الإجمالي إلى 3.14 مليون، ويتنامى هذا الرقم بسرعة هائلة، وثبت فعلياً أن نسبة الراديو الرقمي المباعة في السوق المهمة في بريطانيا، هي أعلى من نسبة بيع الأجهزة التناظرية). [49]

وباختصار فإن التطورات الرقمية الحاصلة في وسائل الإعلام الأخرى لا يتوقع منها أن تكون قادرة على تغيير العلاقة التاريخية القوية بين الراديو والمستمع، كما أن الراديو الرقمي سوف يؤدي إلى تقوية تلك العلاقة وليس العكس.

راديو الإنترنت

أجبر التقدّم التكنولوجي المتزايد بسرعة وسائل الإعلام الإذاعية بالراديو والتلفزيون على التكيف لاستيعاب الموجة تلو الأخرى من التغيير، وقد غيرت هذه الصناعة كل وجه من أوجه عملياتها تقريباً بشكل جذري، فغيرت جذرياً كيفية بث محطات الإذاعة والتلفزيون لبرامجها وكيفية إنتاجها لها، كما غيرت ما يرغب المستمعون في سماعه، ومتى يرغبون في سماعه.

وطرحت الإنترنت تحديات تنافسية، ولكنها وفرت أيضاً فرصاً للقطاع الإذاعي بالراديو والتلفزيون، فقد أشارت الأبحاث إلى أن بعض الناس يستخدمون الإنترنت ويشاهدون البرامج التلفزيونية في الوقت نفسه، كما تستطيع محطات التلفزيون أن تروج لبرامجها من خلال إصدار نشرات أخبار ومعلومات عن برامجها على الإنترنت، كما تستطيع محطات الإذاعة (الراديو) المحلية تقديم برامجها في أي مكان تقريباً في العالم من خلال الربط بالإنترنت، وفي حين يُمكن لمحطات الإذاعة والتلفزيون توجيه مستمعيها إلى مواقع إنترنت مصاحبة لها للحصول على تغطية مفصلة أكثر للأخبار، إلا أنها وجدت أن توجيه مستعملي شبكة الإنترنت إلى البرامج الإخبارية أكثر صعوبة.

وقد أنشأت محطات إذاعية عديدة مواقع لها على شبكة الإنترنت، وخاصة تلك التي تستخدم الأسلوب الرقمي في البث، وبذلك أمكن تحسين مستوى الصوت على الشبكة، إلا أن محدودية الشبكة لا تتيح حمل العديد من البرامج والمواد الإذاعية وتمكين المستمع من سماعها بسرعة ووضوح، ويتم الآن استخدام برامج كمبيوترية مثل Real

Player لتخزين البرامج الإذاعية عليها من جانب المستمع وإعادة سماعها، كما أمكن ضغط الملفات الصوتية رقمياً حتى تتمكن من حمل أكبر قدر ممكن من البرامج، ويتوقع الخبراء في هذا المجال أن دخول الانترنت في المستقبل مجال استخدام الألياف الضوئية (Fiber-Optic) سوف يؤدي إلى توفير خدمة إذاعية متطورة عبر الانترنت بحيث يكون الاستماع إلى برامج ومواد إذاعية يتم بثها على الفور للمشترك دون انتظار مواعيد البث المقررة لهذه البرامج.

وقد انطلقت البرمجيات لتقديم خدمات البث الإذاعي عبر الانترنت (وليس نقل البث الإذاعي التقليدي للمحطات الموجودة أساساً) بل البث الإذاعي الخاص، والذي لن تحتاج فيه لأكثر من حاسوب لتكون على الأثير الرقمي، ومع تطور سرعات الولوج إلى شبكة الانترنت بدأت براعم البث الفيديوي الرقمي بالظهور وخلال أشهر قليلة وصل عددها الآلاف، بعضها جاد والآخر هزلي وهناك العلمي والديني، إضافة إلى بث الأفراد الذي هو الآن من أكثر الأمور إثارة في الانترنت[50]، حيث دفعت الابتكارات في تكنولوجيا المعلومات البشرية إلى حقبة من وسائل الإعلام الديمقراطية يمكن فيها لأي كان تقريباً أن يحصل فوراً على الأخبار والمعلومات، وأصبحت الأنباء تنتقلان بطرق غير معتادة وتفرز عواقب لا يمكن التكهن بها.

ويذكر أن أول إذاعة انترنتية كانت تحمل اسم (انترنت تالك راديو) قد انطلقت عام 1993 فيما انطلقت أول إذاعة إنترنتية تبث على الإنترنت فقط طوال اليوم في عام 1995 وكانت تحمل اسم (اتش، كي)، وحملت في ذلك الوقت توقيع شركة الاعلانات (نيو ميديا لاب) في كاليفورنيا، ويزداد عدد المستمعين إلى هذه الاذاعات سنويا في كثير من البلدان، وبحسب شركة الاحصاءات البريطانية (راجار) فإن جمهور الأذاعات الإنترنتية في المملكة المتحدة ارتفع من 2.8% عام 2002 الى 12.2% عام 2006.

والملاحظ أن أعداد متزايدة من المحطات أصبحت تبث براجها بواسطة الإنترنت، وما يساعد على زيادة أعداد تلك المحطات هو أن معظم الإصدارات الحديثة من برامج التصفح (browsers) تحتوي على قدرات ذاتيه للإستماع للراديو، كما أن أجهزة الكمبيوتر أصبحت تحتوي على بطاقة راديو(radio card) داخلية وإن كانت حسب الطلب إلا أنها متوفرة، ورغم أن هذه البرامج والأجهزة مصممة لإلتقاط البث التناظري إلا

أنه يمكن تصميمها لإلتقاط البث الرقمي في المستقبل، ومن ناحية أخرى، فإن الإنتشار الكبير للأنترنت وبشكل خاص في المكاتب التجارية والتي تتمتع كثير منها بخطوط ربط سريعة بالإنترنت سوف تجعل جهاز الكمبيوتر يحل محل جهاز الراديو التقليدي في الاستماع إلى الموسيقى والأخبار من خلال ساعات العمل، خاصة أن إرسال الرديو داخل المباني التجارية الكبيرة يكون متقطعاً ويفتقد للوضوح، وكل هذه التطورات تعني أن استعمال الكمبيوتر لسماع برامج الراديو ستكون في ازدياد سواءاً في المنزل أو في المكتب، وقد اطلقت هيئة الإذاعة البريطانية BBC خططاً لإطلاق خدمات إنترنت متعددة الوسائط وبمجموعة متنامية من اللغات، وهي تهدف لأن تكون الرائدة في مجال تقديم الأخبار مباشرة على الشبكة، وتخدم بالتالي عدداً هائلاً من المستمعين والمشاهدين الذين سيتسنى لهم وفي كل أنحاء العالم فرصة التعامل مباشرة مع مذيعي شبكة BBC عبر الشبكة حيث سيتمكن المستمعون من متابعة برامج الشبكة مباشرة بواسطة الإنترنت والإذاعة على حد سواء، كما أنهم سيتمكنون أيضاً من مشاهدة صور فيديو حية على الشبكة ويمكنهم كذلك التفاعل والمشاركة في النقاش الذي يتمحور كل مرة حول موضوع معين عبر الهاتف أو البريد الإلكتروني، وبعدما يتوقف بث البرنامج على الهواء يستمر تبادل الآراء على موقع الإذاعة على الإنترنت، وفي عام 1999 خصصت الشبكة إثني عشر مليون جنيه استرليني خلال ثلاث سنوات لتطوير الخدمات المباشرة(online) كما أنها ستوفر عدداً متزايداً من اللغات بالإضافة للإنجليزية، وتم الجمع بين البث الصوتي والنصوص والصورة وأفلام الفيديو وتوفير جميع اللغات التي تبث بها براجها إذاعياً وهي 40 لغه عبر الإنترنت.

ويعد خير مثال على أن شبكة الإنترنت تجعل البرامج في متناول المستمعين الجدد قيام شبكة BBC بإضافة لغة الأوردو على موقعهم على الإنترنت في شهر مارس 1999، ويبلغ عدد الناطقين بهذه اللغة في العالم أكثر من 200 مليون نسمة يعيشون خارج منطقة جنوب آسيا ولا يمكنهم إلتقاط الأخبار المخصصة لتلك المنطقة، واصبح بأمكان أي ناطق بهذه اللغة إمكانية الدخول على الإنترنت أن يستمع للإذاعة أينما كان، وفي الولايات المتحدة الأمريكية تقوم محطة Imagine في نورثفيل في ولاية ميتشغان بتقديم خدماتها على موقعها، ويستطيع عملاء المحطة مثلاً اختيار مطربيهم المفضلين فقط وحجب باقي البرامج التي لا يرغبون سماعها، وبذلك يتمكن المستمعين من إعداد براجهم الإذاعية حسب رغبتهم الشخصية.

كما قامت إحدى الشركات الإعلامية الامريكية في منتصف عام 1999 بإدخال برامج محطاتها الأربعة في فيلادلفيا ضمن الإنترنت تنفيذاً لخططها في استثمار 150 مليون دولار في الخدمات الشبكيه لدمج محطاتها الـ 469 في عموم البلاد، وبهذه الخطة تأمل الشركة منافسة كبرى شركات الإعلان من خلال جذب المزيد من الزبائن على الشبكة، وبدا واضحاً تأثير الإنترنت على محطات الإذاعة الأمريكية حيث قامت معظم هذه المحطات الـ 12512 بإيجاد مواقع لهم على الإنترنت رغم ان مشاركة معظمها تتسم بالمحدودية، غير أن عدد المحطات الإذاعية التي تبث براجها فعلياً على الإنترنت ارتفع من 500 محطة عام 1998 إلى أكثر من 2000 محطة حتى عام 2007، ويأمل أصحاب هذه المواقع الإذاعيه على الإنترنت أن يتمكنوا من جذب أكبر قدر ممكن من الإعلانات نظراً لقدرة خدماتهم على الاستجابة الفورية لطلبات المستمعين، فبمجرد الضغط على مادة الإعلان يمكن تصفح محتوياته لإصدار أوامر شراء البضائع كالأقراص المدمجة أو طلب المزيد من المعلومات عن السيارات المعروضه من وكلاء البيع، وهناك مصدر آخر للدخل لمحطات الإذاعة على الإنترنت يتمثل في أجور الإشتراكات، فعلى سبيل المثال تخطط محطة (شانسلر) لجذب 2,5 مليون مشترك لموقعها على الإنترنت من بين مستمعيها البالغ عددهم 80 مليون.

وهناك تجربة مثيرة في مجال تكنولوجيا الراديو الرقمي هو العمل على إنتاج أجهزة جديدة صغيرة تجعل بالإمكان الإستماع إلى المحطات الإذاعية على الشبكة دون الحاجة إلى جهاز كمبيوتر شخصي، وقد كشفت احدى الشركات الأمريكية عن جهاز راديو يعمل على الإنترنت تم طرحه في الأسواق عام 2000 بسعر 300 دولار أو أقل، كما عرضت شركة أخرى جهاز راديو يعمل على الإنترنت بسعر399 اسمته I-Rad من شأنه أن يشغل أيضاً الأقراص المدمجه الموسيقية، ويأتي كلا الجهازين بنظام مودم V-90 مع فتحة للوصل بالإنترنت بواسطة الكابلات أو بالطريقة الرقمية، ويتيح راديو I–Rad ايضاً تصفح الإنترنت في حين يتيح راديو كيرباغو الوصول إلى 3000 محطة اذاعية ومئات الآلاف من الشرائط الصوتيه المتوفرة على الشبكة.

ومن الصعوبات التي يواجهها الراديو تتمثل في عدم سهولة استرجاع (retrieve) البرامج بعد إذاعتها بأسابيع أو أشهر ففي كثير من الحالات لا يكون هناك نسخ للبرامج (transcripts)، وإذا وجدت تلك النسخ فإنها تكون على شكل مادة مطبوعة يصعب

البحث داخلها، ومع أن شركات البث تقوم بحفظ نسخ من البرامج القديمة إلا أن تلك النسخ لا تكون مفهرسة باستثناء إسم البرنامج وتاريخه، وقد قامت إحدى الشركات عام 2000 بإختبار تكنولوجيا جديدة على الإنترنت عبارة عن فهرس (index) يحتوي على 7195 ساعة من المحتوى الإذاعي لـ 6613 برنامج بعضها يعود إلى شهر مارس 1999 ويتم تحديث ذلك الفهرس يومياً، وحتى يقوم المستخدم بالاستماع، فإن كل ما عليه القيام به هو الذهاب إلى أحد المواقع التي اعلنت عليه الشركة، وللبحث عن الموضوع الذي يريده باستخدام keyword حيث تقوم الخدمة باسترجاع المقطوعات الصوتيه والتي يمكن للمستخدم الإستماع إليها عبر كمبيوتره الشخصي.

ويعد حالة أقرب ما تكون إلى (الانفجار الإذاعي) على شبكة الإنترنت في الولايات المتحدة، اضطر كثيرون للانسحاب بعد ان سارعوا في بداية الامر للغوص في هذه التجربة الجديدة، ومعظم المنسحبين فعلوا ذلك بسبب تكبدهم خسائر، ومجموعة أخرى بسبب ضريبة بدأ في تطبيقها منذ سبتمبر (أيلول)، حيث إن معظم محطات الأفراد تغلق يومياً، وبالمقابل فإن الشركات العملاقة تتوسع في مجال إذاعات الإنترنت في إطار سعيها الحثيث لاحتكار أكبر مساحة من فضاءات شبكة الانترنت، واضطرت واحدة من أعرق اذاعات الانترنت وهي اذاعة «ويستونفيل» في كالفورنيا التي كانت تعد أول اذاعة تجارية شرعت في البث عام 1995 ان تغلق بسبب الضرائب الجديدة، وتقف شركة «ياهو» العملاقة وراء تطبيق حقوق الملكية، حيث ظلت الشركة تطالب بتطبيقها منذ سنوات، وكانت تهدف الى إخراج اصحاب المحطات الصغيرة من فضاءات الشبكة، ويعزو الخبراء إن سبب خروج «الاسماك الصغيرة» من شبكة الانترنت، إلى مآخذ تكنولوجية أيضاً، حيث إن مرتادو شبكة الانترنت يتفرجون على شرائط الفيديو التي تبث مجاناً، سواء للموسيقى أو الأغاني أو الأخبار، وتنفق هيئات البث الكبرى مثل الـ (بي بي سي) على سبيل المثال ملايين الدولارات للوصول إلى اقصى حد ممكن من الناس عبر الإنترنت.

كما استغلت الصحافة الإلكترونية الفراغ الناتج عن بطء إنتشار راديو الإنترنت للدخول في مجال راديو الإنترنت، والإستحواذ على جزء من المستمعين والمعلنين الخاصين بمحطات الراديو المحلية خاصة أن عدد قليل من المحطات الإذاعية تستفيد حالياً وبشكل جيد من ميزة البث الإذاعي بواسطة الإنترنت، ووفقاً لدراسة قامت بها Arbitron New

Media فإن عدد المستمعين لراديو الإنترنت حتى يونيو 2000 لا يزيد عن 1% من إجمالي عدد مستمعي محطات الراديو التقليدية، وقد قامت شركة Everstream، التي تأسست منتصف عام 1999 في مدينة كليفلاند الأمريكية بخدمات لعملاءها من الصحف الإلكترونية، وهي خدمات تدفق (streaming) تجعل بإمكانهم بث المحتوى الخاص بهم على الإنترنت بشكل قابل للتفصيل (customizable)، ويبلغ عدد عملاء هذه الشركة من الصحف الإلكترونية أكثر من (400) صحيفة إلكترونية، وهي تقدم لمستخدمي الإنترنت خدمات تحمل إسم تلك الصحف وتجعل بإمكانهم الإستماع إلى العديد من قنوات الموسيقى والإعلانات المختلفة ومحتوى صوتي قابل للتغير حسب حاجة العميل، وهي في ذلك تتبع أسلوباً مختلفاً عن ذلك المتبع في كثير من قنوات راديو الإنترنت حيث أنها تساعد عملاءها من الصحف على تطوير محتوى صوتي محلي يشتمل على عناوين الأخبار الرئيسية وتسجيلات موسيقية، بل إن بعضاً من تلك الصحف قامت بتأسيس أستوديوهات خاصة داخل غرف الأخبار لتحويل المحتوى المكتوب إلى صوت يتم بثه على الإنترنت، والميزه التي تتيحها هذه الشركة هي أنها تجعل بإمكان المستخدم تفصيل ما يريد الاستماع إليه وفق رغبته، حيث أنها قامت بتطوير وسائل تجعل من الممكن لألف مستمع إختيار ما يريدون الإستماع إليه، ولم تكتف شركة Everstream بتقديم خدماتها الصوتيه للصحف الإلكترونيه فقط ولكنها قامت بتقديم خدمات فيديو لتلك الصحف.[51]

إن هذه الثورة لم تنته بعد، إذ بعد الانتشار السريع لكل الوسائط الرقمية الجديدة، ينتظر العالم بمن فيهم العرب، التطورات الجديدة لهذه التقانات وما سيليها، وكيف ستتلاقى مع تقانات الإعلام الرقمي حاملةً معها حزمات جديدة من الخدمات الترفيهية والتواصلية والمعرفية والإعلامية، وستفرض هذه الثورات المتلاحقة تغييرات عديدة، ليس فقط في الاقتصاد بل في الوعي الاجتماعي والتواصل والتفاعل مع العالم.

هوامش الفصل الرابع

1. أنظر للتفاصيل: عاهد مشاقبة، الأبعاد السياسية للتدفق الإعلامي، عمان 2002.
2. يحيى اليحياوي، العرب وتحديات تكنولوجيا الاتصال والإعلام وموقعنا من التوزيع العالمي، مركز العالمي لدراسات وأبحاث الكتاب الأخضر، ملخص محاضرة مطبوعة، ليبيا 2005، ص6-7.
3. أنظر للتفاصيل: فريد ريك فاشور، وسائل الاعلام في المستقبل، تعريب د. خليل أحمد خليل، منشورات عويدات، بيروت 1996.
4. المصدر السابق، ص42.
5. مركز الإمارات للدراسات والبحوث، هكذا يصنع المستقبل، مجموعة كتاب، أبو ظبي 2001، ص 155-166.
6. للتفاصيل أنظر: انطوان ايرس، شبكات الاعلام، ترجمة د. فؤاد شاهين، عويدات للنشر والطباعة، بيروت 2001.
7. د. نبيل علي، العرب وعصر المعلومات، عالم المعرفة العدد 184، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت 1994، ص 277.
8. الدكتور حسن عماد مكاوي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، تكنولوجيا الأتصال الحديثة في عصر المعلومات، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة 1993، ص285 –286.
9. صحيفة الشرق الأوسط، العدد9868، ديسمبر2005.
10. يحيى اليحياوي، اشكالية الإعلام العربي بالانترنت، موقع: العالم الرقمي، بتاريخ 11-9-2006.
11. صالح جواد كاظم، عن التكنولوجيا الحديثة والسرية الشخصية (فصل من كتاب) مباحث في القانون الدولي، الطبعة الأولى، دار الشؤون الثقافية العامة، بغداد، 1991، ص 141.
12. http://www.dw world .de/ dw/ article/ 0,2144, 1778004,00 .html
13. أسامة حجاج، دليلك الشخصي إلى عالم الإنترنت، نهضة مصر، القاهرة 1998، ص18.

14. موقع: com. Mactabah، بتاريخ 13-3-2006

15. Available: http: //www .nua.ie/ surveys/ howmayonline/ index .html

16. موقع: مؤسسة دويتشه فيله (DW)/ علوم وتكنولوجيا بتاريخ 11،12،2007.

17. انظر للتفاصيل عن ثورات تكنولوجيا المستقبل:

- ميتشيو كاكو: رؤى مستقبلية، ترجمة د. سعد الدين خرفان، سلسلة عالم المعرفة (270)، الكويت، مطابع الوطن.
- بيل غيتس: الطريق المقبل، ط2، ترجمة ومراجعة د. فتحي بن شتوان ونبيل علمان، الدار الجماهيرية، ليبيا، 1999.

18. انظر للتفاصيل: فرانك كيلش، ثورة الانفوميديا، ط1، منشورات عالم المعرفة، الكويت، العدد253، كانون ثاني 2000.

19. جمعه بن حامد العنزي، الانترنت كوسيلة إعلامية واستخداماتها في المملكة العربية السعودية، موقع: مكتبة كوم، بتاريخ 7-5-2006.

20. انجليواغوبستي، ثورة الانترنت، بحث منشور في مجلة الكترونية تصدرها وزارة الخارجية الاميركية، عدد أيار 2001.

21. أنظر لمزيد من المعلومات عن الانترنت والإعلام:

- الصادق الحمامي، التفكير التواصلي في مجتمع المعلومات، مقدمة الكتاب الجماعي- التفكير في مجتمع المعلومات، منشورات معهد الصحافة ومؤسسة كونراد أدناور، تونس 2005.
- الصادق الحمامي، الإعلام الجديد: مقاربة تواصلية، مجلة الاذاعات العربية، العدد4، تونس 2006.
- عبد الاميري الفيصل، الصحافة الالكترونية في الوطن العربي، دار الشروق، عمّان 2006.

22. جمال الدويري، (جوجل ايرث) يبدد عبارة (ممنوع الاقتراب أو التصوير) وينتهك حرية الأفراد، صحيفة الخليج، بتاريخ 9/ 2/ 2008.

23. نخبة من الكتاب، مستقبل الثورة الرقمية: العرب والتحدي القادم، كتاب العربي، عدد 55، 2004، ص22.
24. موقع بينغدوم الشهير (PINGDOM) المتخصص في إحصائيات الإنترنت، أنظر موقع:

http://www.alriyadh.com/2012/01/29/article705255.html

25. Http://www.nuqudy.com/%D9%85%D8%AC%D9%84%D8%A9/%D8%AA%D9%83%D9%86%D9%88%D9%84%D9%88%D8%AC%D9%8A%D8%A7/%D8%A7
26. http://www.elajou.com.sa/News/newsdetail.php?NID=6
27. http://zajil.me/2012/01/web-arabia-statistics
28. http://www.internetworldstats.com
29. http://bokraonline.com/2012/01/02/apple-internet-tv /
30. http://www.skynewsarabia.com/web/article/1101
31. جريدة الشرق الأوسط العدد 7410، 1999 ص 27.
32. أنظر للتفاصيل عن الحكومة الإلكترونية:

- موقع مجلة العالم الرقمي، العدد: 56، الاحد 24/ فبراير 2004.

33. انظر للتفاصيل: أبحاث IDS، 19/ 4/ 1999 على موقع

HTTP:// WWW.IDC.COM

34. مجلة أنترنت العالم العربي، عدد1، السنة 5، كانون أول 2001، ص 73.
35. أسامة عبد الله قايد، الحماية الجنائية لحياة الخاصة وبنوك المعلومات، ط3، دار النهضة العربية، 1994، ص 48.
36. محمد عارف، تأثير تكنولوجيا الفضاء والكومبيتر على أجهزة الإعلام العربية، سلسلة محاضرات عن مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، ابو ظبي 1997، ص19.

37. بيل غيتس: الطريق المقبل، ط2، ترجمة ومراجعة د. فتحي بن شتوان ونبيل عثمان، الدار الجماهيرية، ليبيا، 1999.
38. صحيفة الخليج، بتاريخ 27/ 1/ 2008.
39. أحمد مغربي، الابتكار التقني الذي يتنوّع باستمرار بتفاعله مع المجتمع والثقافة، صحيفة الحياة، بتاريخ 20/ 10/ 2006.
40. صحيفة الاتحاد، اليابان تتحول إلى التلفزيون الرقمي عبر الهاتف الخلوي، العدد 11645، بتاريخ 24 مايو 2007م.
41. انظر للتفاصيل: موقع:

http://www.alnilin.com/modules.php?name=News&file=article&sid=13670-

42. صحيفة الشرق الأوسط، بتاريخ 20 يوليو 2005.
43. موقع إذاعة الصين الدولية، التلفزيون الرقمي ينوع حياة المواطنين الصينيين، بتاريخ 2006-08-22.
44. موقع عربيات، بتاريخ 26/ 6 / 2006.
45. سيد يونس، نوح سمارة صاحب فكرة الراديو الفضائي، جريدة اللواء، بتاريخ 15/ 1/ 2001، بيروت، ص 18.
46. موقع الرياض/ / السبت 12 جمادى الآخرة 1427هـ - 8 يوليو 2006م - العدد 13893.
47. http://www.alhandasa.net/forum/archive/index.php/t28257.htm
48. صحيفة الاقتصادية الإلكترونية - فايننشال تايمز - الخميس، 08 جمادى أول 1428 هـ الموافق 24/ 05/ 2007م- العدد 4973.
49. http://www.arab-m.com/modules.php ?name=News file= article & sid49
50. طلحة جبريل، إذاعات الإنترنت، معركة «الحيتان» و«الأسماك الصغيرة»، صحيفة الشرق الأوسط، العدد 10302 بتاريخ 11 فبراير 2007.
51. أنظر للتفاصيل عن وسائل الإعلام الرقمية: مجلة الدفاع الوطني، سلطات العولمة في المجتمع الدولي، بتاريخ الخميس 24 أيار 2007.

الفصل الخامس

الصحافة الإلكترونية والخبر الرقمي

مقدمة،،

دخل مفهوم الصحافة الإلكترونية مؤخراً نتيجة التطور الهائل الذي لحق بوسائل الاتصال وتكنولوجيا المعلومات، واكتسب هذا النوع الجديد من الصحافة أهمية بالغة منذ ظهوره أوائل التسعينات من القرن الماضي، وتزايدت أهمية الصحافة الإلكترونية مع توالي الأعوام وانتشار الإنترنت وتضاعف أعداد مستخدميه فأصبحت غالب المؤسسات الصحفية على الصعيدين العالمي والعربي تمتلك مواقع إلكترونية لمطبوعاتها الورقية، لكن الجديد هو ظهور نوع جديد من الصحف غير التقليدية وهو ما عرف بـ (الصحف الإلكترونية)، والتي يقتصر إصدارها على النسخة الإلكترونية دون المطبوعة.

وهناك علاقة واضحة وكبيرة لتكنولوجيا الاتصال بالمجال الصحفي، بسبب زيادة أهمية قيمة المعلومات، وسرعة جمعها، وطرق معالجتها، وطريقة توزيعها واستقبالها، وهي مهام من صميم العمل الإعلامي والصحفي، حيث زادت من تجديد روح وشباب العمل الصحفي، بالإضافة لتطوير الأداء الصحفي، وخلق ممارسات صحفية جديدة، ووجد الصحفيين أنفسهم أمام نظام تكنولوجي جديد ومسئوليات جديدة، وبدأ استخدام الكمبيوتر كأداة للجمع والتقصي عن معلومات للوصول إلى مصادر عدة وجمع المعلومات والبيانات والوثائق، وأن لم يتحول هذا الأسلوب بشكل عام في كل الصحف، بسبب اختلاف المجتمعات والإمكانيات.

وقد شهد العالم في حقبة التسعينات ثورة معلوماتية هائلة أتت عن طريق الإنترنت الذي غزا الكون من أقصاه إلى أقصاه، محدثاً انفجاراً معلوماتياً لم يشهد له العالم مثيلا، هذا الانفجار احتوى من ضمن ما احتواه الإعلام نفسه، حيث واكبه أيضا انتشار الصحافة الإلكترونية، فقد ظهرت وخلال فترة وجيزة الكثير من الصحف التي ليس لها وجود في عالم الإعلام إلا من خلال هذه القناة، وعرفت بالصحيفة الإلكترونية.

وعلى الرغم من أن الإنترنت بدأت حديثاً، إلا أنها لم تجد إقبالاً من ناشري الصحف كوسيلة للنشر الإلكتروني حتى عام 1993، عندما بدأت شبكة الويب العالمية في الظهور، وأصبحت الصحف في القرن الواحد والعشرين كالحرباء، تتكيف مع البيئة المتغيرة: فمن المطابع التي تتغذى ورقة إثر ورقة إلى المطابع الدوّارة؛ ومن النشر بواسطة ماكينة تنضيد الأحرف المطبعية في سطور مسبوكة إلى النشر عبر الكمبيوتر؛ ومن الأبيض والأسود إلى الألوان، وحالياً من النشر على الورق إلى النشر الإلكتروني.

وتطرح التكنولوجيات الجديدة تحديات في وجه المؤسسات الصحفية التقليدية، فارضة عليها تعلم أمور جديدة بسرعة لتغيير نفسها جذرياً واعتماد نماذج جديدة في إدارة أعمالها لم تتم تجربتها في السابق، إلا أن هذه التكنولوجيات تؤمن أيضاً قدرات وفرصاً جديدة لمنظمات الأنباء المحلية، وفتحت أبواباً عديدة بعضها لم تستطع المؤسسات الصحفية التحرك بشكل سريع للاستفادة منه، والبعض الآخر لا زال متاحاً ويمكن جني الأرباح من خلاله.

وتعد الصحافة الإلكترونية إفرازاً لتطور شبكة الإنترنت وقد اتسمت بتطورات تاريخية مختلفة:

المرحلة الأولى: أنشأت الصحف مواقع للتأكيد على حضورها.

المرحلة الثانية: أصبحت الصحافة الالكترونية منظومة معقدة ومركبة تتداخل فيها عناصر مختلفة كالتطبيقات التقنية والتطبيقات التحريرية المتعلقة بالمضامين علاوة على أبعاد اقتصادية.

فنحن عادة ما ننظر إلى الصحافة الإلكترونية بأخذها مضموناً جديداً، بينما هي ليست كذلك فحسب، إذ تشكل منظومة لإعلام جديد، ثم إن الصحافة الإلكترونية تختلف اختلافاً جذرياً عن الصحافة الكلاسيكية والتقليدية.

أن المائة مليون طن ورق التي تستهلك سنوياً في طباعة الكتب والدوريات تؤثر تأثيراً مباشراً على استهلاك أشجار الغابات، وتسهم في انتشار رقعة التصحر في العالم، لذا كان لابد من البحث عن بديل غير ورقي، فكان البديل الرقمي الذي بدأ يزدهر في الثلاثين

عاماً الماضية، وقد لاحظنا قديماً صراعاً بين البردي والورق، وصراعاً بين الرق والورق، وحُسم الصراع لصالح الورق، وحالياً نرى صراعاً مماثلاً بين الورقي والرقمي.

وقد طرحت (هاملين) إحدى الشركات العالمية المتخصصة في إنتاج الورق ما وصفته بأنه أول (ورق رقمي) على المستوى العالمي، سيتيح إرسال رسائل الكترونية باستخدام قلم يحمل كاميرا، وقد صار الورق المذكور متداولاً في بعض الأسواق، لكن الحاجة تحتاج الى المزيد من العمل على القلم الذي يتصف حجمه بالثخن، مما يقتضي تشذيب قطره كي يبدو بحجم وقياس الأقلام العادية المتداولة، لذلك فإن تحديد سعر الورق والقلم هو محط اهتمام الشركة المنتجة، التي استعانت بشركات عالمية أخرى من أجل إنجاح فكرة توزيع الورق الرقمي على أوسع نطاق دولي.[1]

الأنترنت والصحافة

يعود استخدام الحاسوب في الصحافة إبان الستينيات من القرن الماضي إذ تم إصدار أول صحيفة عولج محتواها كاملاً بالحاسوب في جامعة كارولينا الشمالية بالولايات المتحدة الأميركية، تبع ذلك تقديم (خدمات حاسوبية صحفية) بالطلب الهاتفي عام 1980 لتنتقل الصحف في السنوات اللاحقة من تقديم خدمات قواعد البيانات والخدمات الإخبارية إلى تقديم لوحة النشرات الإلكترونية عام 1985، ويؤخذ نظام النشرة الإلكترونية أول أداة تفاعلية عبر الحاسوب الشخصي، وهي تسمح لجهازين بالاتصال مع بعضهما بالمودم عبر خطوط الهاتف.

ولم تعد الصحف مجرد حبر أسود على ورق أبيض كما كانت من قبل، بل أصبحت صوتاً على الهاتف، ومجموعة من النقاط على شاشة الكمبيوتر، أو قرص مدمج CD-ROM، لجمهور متباين من كل الأعمار والأجناس والأديان واللغات والتوجهات العرقية والاهتمامات، مثلما اصبح مصدراً مهماً للمتلقي في استقاء الأخبار، حيث ساهم الخبر الرقمي في تكريس حقائق جديدة في عملية الاتصال مع المتلقي، وإشباع حاجاته، خاصة ما يتعلق بمعرفته بالأحداث، وبعلاقته الجديدة مع الانترنت، ومنذ أحداث الحادي عشر من سبتمبر أصبحت الإنترنت مهمة للمتلقي كمصدر إخباري، وكاذلك على حساب

التلفزيون التقليدي والصحافة المقروءة، فاحتلت الإنترنت المرتبة الأولى على مستوى العالم كمصدر إخباري ثم القنوات الفضائية ثم الصحف اليومية.

وبالتأكيد فهناك الكثير من الميزات التي توفرها الانترنت كوسيلة إعلامية جديدة مثل التفاعل، وإمكانية التعليق على الأخبار، وهو ما جعلت سائل الإعلام الأخرى تحسب لها الف حساب وتهتم بموضوع جودة الخبر والتواصل المستمر مع المستفيدين كعوامل لم تكن في يوم من الأيام في بال القائمين على وسائل الإعلام المختلفة.[2]

ويعود التاريخي الحقيقي لأول صحيفة نشرت الكترونيا بالكامل على شبكة الإنترنت عام 1990وهي صحيفة (هباز نيورج واجيبلاد) السويدية [3]، وفي إيار 1992 صدرت(شيكاغو اونلاين) كأول صحيفة إلكترونية في الولايات المتحدة الاميركية على شبكة أمريكا اونلاين تم إصدارها بواسطة صحيفة شيكاغو تريبيون، وفي عام1994 بدأ انتشار الصحف على الإنترنت في الولايات المتحدة الاميركية والمملكة المتحدة[4].

وشهد عام1995، وبالتحديد في 9 أيلول، البداية الأولى لظهور أول صحيفة عربية أوجدت لنفسها موقعاً في الشبكة في شكل صورة ونص، وهي صحيفة الشرق الاوسط العربية، ثم صحيفة النهار في الاول من شباط 1996، ثم تلتها الحياة في الأول من حزيران، والسفير في نهاية العام نفسه، وشهد عام 1997 مولد العديد من الصحف العربية الإلكترونية ففي الأول من يناير عام 1997 بدأت صحيفة الراية القطرية في إصدار أول نسخة إلكترونية لها، ثم الجمهورية المصرية في 16 من فبراير، والجزيرة السعودية في 16 ابريل، والقبس الكويتية في12 يوليو، ثم الشعب المصرية في الأول من أكتوبر، أما صحيفة الأهرام المصرية فلم تتح من خلال الإنترنت إلا في 5 من أكتوبر 1998، وقبل أن ينتهي عقد التسعينيات كانت عشرات الصحف في العالم وخصوصاً الكبرى منها، قد أسست لنفسها مواقع على شبكة الإنترنيت وبدأت بإصدار نسخ إلكترونية من طبعتها الورقية التي بقيت محتفظة بمكانها دون أن تسجل تراجعاً جدياً في ارقام توزيعها اليومية، وقد غدا من النادر الان أن توجد صحيفة تصدر مطبوعة دون أن يكون لها نسخة الكترونية. [5]

بعدما بدأت ظاهرة الصحافة الإلكترونية بالانتشار السريع لأسباب كثيرة أبرزها:

1. رخص اثمان تقنية الإنترنت والحاسوب.
2. سهولة الاستخدام.
3. فوائدها في مجال الترويج والإعلان.
4. سهولة الانتشار والتوزيع بسبب قيود الرقابة والنقل والإمكانات المالية، وهذا ما شجع ايضا على ظهور اتجاه ثان من هذه الصحف الإلكترونية يتمثل في مواقع إخبارية، تتخذ مظهر صحيفة متكاملة من حيث المضامين والتسمية، ولكن تخضع للنمط الرقمي في التبويب، وعرض الموضوعات وأسلوب التحرير، وهي صحف محضة لا علاقة لها بأية صحيفة ورقية حيث نشأت في بيئة الإنترنت أو ما يسمى اليوم بالفضاء التفاعلي (Interactive space).
5. تعد حرة من القيود المتعلقة بالمساحة، وهو ما يسمحلها بمزيد من التغطية المحلية على سبيل المثال.
6. يستطيع القارئ أن يبحث في أرشيف الجريدة عن المقالات ذات الصلة، والتي يمكن أن تمده بخلفية عن أحداث اليوم، كما توجد أشكال من المعلومات التي لا تظهر في الجريدة المطبوعة، وتكون ملائمة بشكل أكبرللمنتج الإلكتروني.
7. توفيرعناوين البريد الإلكتروني للمحررين والمخبرين.
8. تستطيع أن تربط القراء بمصادر أخرى للمعلومات، بما فيها مقتطفات من الخطب الصوتية والمؤتمرات الصحافية والأحداث [6].

وعلى الرغم من أن الإنترنت تستطيع أن تساعد الناشرين على توفير تكاليف تجهيزات ما قبل الطبع وعملية الطباعة ذاتها والتوزيع بالنسبة للصحافة الورقية، فإن الجرائد الإلكترونية بدأت تدر عائدات من قرائها.

تعريف الصحافة الإلكترونية

تعددت تعريفات الباحثين وأساتذة الإعلام لهذا المصطلح بسبب اختلاف السمات والوظائف الإعلامية بين أنماط الصحافة الإلكترونية وبحسب درجة استفادتها من

التكنولوجيا المعلومات والاتصالات مثل: الأقمار الصناعية، الاتصالات الرقمية، الاتصالات السلكية واللاسلكية، الوسائط المتعددة.

وظهر في القرن الماضي عدة نظريات ومفاهيم حاولت وضع تعريفات عديدة ومنها:

1. نوع من الاتصال بين البشر يتم عبر الفضاء الإلكتروني، الإنترنت وشبكات المعلومات والاتصالات الأخرى، تستخدم فيه الفنون وآليات ومهارات العمل في الصحافة المطبوعة مضافاً إليها مهارات وآليات تقنيات المعلومات التي تناسب استخدام الفضاء الإلكتروني كوسيط أو وسيلة اتصال بما في ذلك استخدام النص والصوت والصورة والمستويات المختلفة من تفاعل مع المتلقي، لاستقصاء الأنباء الآنية وغير الآنية ومعالجتها وتحليلها ونشرها على الجماهير عبر الفضاء الإلكتروني بسرعة. [7]
2. منشور الكتروني دوري يحتوي على الأحداث الجارية سواء المرتبطة بموضوعات عامة أو بموضوعات ذات طبيعة خاصة، ويتم قراءتها من خلال جهاز كمبيوتر، وغالباً ما تكون متاحة عبر شبكة الانترنت، والصحيفة الإلكترونية أحياناً تكون مرتبطة بصحيفة مطبوعة. [8]
3. عبارة عن تكامل تكنولوجي بين أجهزة الحاسبات الالكترونية، وما تملكه من إمكانيات هائلة في تخزين وتنسيق وتبويب وتصنيف المعلومات واسترجاعها في ثوان معدودات، وبين التطور الهائل في وسائل الاتصالات الجماهيرية التي جعلت العالم قرية إلكترونية صغيرة. [9]
4. الصحف التي يتم إصدارها ونشرها على شبكة الإنترنيت، وتكون على شكل جرائد مطبوعة على شاشات الحاسبات الإلكترونية تغطي صفحات الجريدة تشمل المتن والصور والرسوم والصوت والصورة المتحركة. [10]
5. هي وسيلة من الوسائل متعددة الوسائط **multimedia** تنشر فيها الأخبار والمقالات وكافة الفنون الصحفية عبر شبكة المعلومات الدولية الانترنيت بشكل دوري وبرقم مسلسل، باستخدام تقنيات عرض النصوص والرسوم والصور المتحركة وبعض الميزات التفاعلية، وتصل إلى القارئ من خلال شاشة الحاسب الآلي، سواء كان لها أصل مطبوع، أو كانت صحيفة إلكترونية خالصة. [11]

6. جزءاً من مفهوم واسع واشمل وهو النشر الإلكتروني، الذي لا يعني فقط بمجرد استخدام أنظمة النشر المكتبي الالكتروني وأدواته أو أنظمته plate-to-computer المتكاملة، إذ يمتد حقل النشر عبر الإنترنيت (online poblishing) او توزيع المعلومات والأخبار من خلال وصلات اتصال عن بعد أو من خلال تقنية الوسائط المتعددة وغيرها من النظم الاتصالية التي تعتمد على شبكة الحاسبات، وتعتمد نظم النشر الالكتروني عموما التقنية الرقمية التي توفر القدرة على نقل ومعالجة النصوص والصوت والصورة معا بمعدلات عالية من السرعة والمرونة والكفاءة.[12]

أنواع الصحف الاليكترونية

تنقسم الصحف على شبكة الإنترنت إلى نوعين رئيسيين هما:

1) **الصحف الإليكترونية الكاملة On- line newspaper** وهي صحف قائمة بذاتها وإن كانت تحمل اسم الصحيفة الورقية (الصحيفة الأم) ويتميز هذا النوع من الصحف الإليكترونية بما يلي:

- تقدم الخدمات نفسها الإعلامية والصحفية التي تقدمها الصحفية الورقية من إخبار وتقارير وأحاديث وصور.... الخ.
- تقدم خدمات صحفية وإعلامية إضافية لا تستطيع الصحفية تقديمها وتتيحها الطبيعة الخاصة بشبكة الانترنت وتكنولوجيا النص الفائق **hypertext** مثل خدمات البحث داخل الصحيفة أو في شبكة الويب كلها وخدمات الربط بالمواقع الأخرى وخدمات الرد الفوري والوصول إلى الأرشيف.
- تقدم خدمات الوسائط المتعددة **Multimedia** النصية والصوتية والمصورة.

2) **النسخ الاليكترونية من الصحف الورقية** ونعني بها مواقع الصحف الورقية على الشبكة والتي تقتصر خدماتها على تقديم كل أو بعض مضمون الصحيفة الورقية مع بعض الخدمات المتصلة بالصحيفة الورقية مثل خدمة الاشتراك في الصحيفة الورقية وخدمة تقديم الإعلانات لها والربط بالمواقع الأخرى.

ويرى عدد من الباحثين إن الإصدارات الإلكترونية على شبكة الانترنيت تنقسم بحسب مدى التزامها بسمات الصحافة الالكترونية إلى نوعين:

النوع الأول: الصحف الإلكترونية: وهي تصدر عن مؤسسات صحفية لها إصدار مطبوع، ومع ذلك لا يشترك الإصدار الالكتروني مع الإصدار المطبوع إلا في الاسم والانتماء للمؤسسة الصحفية فقط والصحف التي تصدر بشكل الكتروني مستقل، دون الارتباط بإصدار مطبوع، بحيث تؤسس الصحيفة على إنها الكترونية.

النوع الثاني: النسخ الإلكترونية من الإصدارات المطبوعة: وهي النسخ التي تصدر عن مؤسسات صحفية لها إصدار مطبوع، وبالتالي فهي بمثابة إعادة نشر ما سبق نشره في الإصدارات المطبوعة. (13)

ويصنف أحد الباحثين صحافة الشبكات إلى أربعة أشكال من خلال مجالات المشاركة إلى الآتي:

1. **المواقع الإخبارية السائدة:** (وهي المواقع شائعة الاستخدام كوسيلة إخبارية على شبكة الويب، تقدم مختارات من المحتوى التحريري المرتبط بالوسيلة الأم CNN, BBC والجزيرة، أو منتجاً مخصصاً للنشر على الويب).
2. **مواقع الفهارس والتصنيف:** (وهذه المواقع ترتبط غالبا بأي من محركات البحث مثل جوجل وياهو وكذلك بعض من شركات بحوث التسويق والوكالات وبعض المشروعات الفردية).
3. **مواقع التعليق على الأخبار وآراء الإعلام** (وتنتمي هذه الفئة في بعض الأحيان إلى الصحافة الرقابية) وفي أحيان أخرى تعد امتداداً لفئة مواقع الفهارس والتصنيف مثل مواقع المناقشة والمشاركة.
4. ويجسد هذا الشكل العلاقة بين المحتوى والاتصال أي أن الناس تريد الاتصال بالآخرين على المستوى العالمي. (14)

خصائص الصحف الإلكترونية

للإنترنيت خصائص كثيرة ألقت بظلالها على الصحافة الإلكترونية بشكل خاص ومن هذه الخصائص هي:

1. **خاصية التنوع:** كان الصحفي يواجه مشكلة المساحة المخصصة لانجاز مقالة إخبارية ما على مستوى الصحافة التقليدية (الورقية).
2. **خاصية المرونة:** تبرز خاصية المرونة بشكل جيد بالنسبة للمتلقي (مستخدم الانترنيت) إذ يمكنه إن كان لديه الحد الأدنى من المعرفة بالإنترنيت، إذ يتجاوز عددا من المشكلات الإجرائية التي تعترضه. [15]
3. **إختصار الزمن من ناحية السرعة والفورية في نقل الأخبار،** ومتابعة تطوراته وتعديل نصوصه في أي وقت، والأبرز هو تخطي النمطية في الصحافة التقليدية بخصوص سرعة بث الخبر بعد أقل من 30 ثانية من وقوع الحدث، مما اتاح بروز السبق الاخباري في الصحافة الإلكترونية كما هو في الراديو والتلفزيون.
4. **القيود الرقابية** الذي أتاح فرص جديدة للصحافة الإلكترونية أن تنتقل عبر الحدود والقارات بحرية أكبر دون موانع جغرافية ورقابية للوصول إلى الجمهور عبر الإنترنت، بميزات السرعة ورخص التكاليف المالية، مما أتاح للصحف الإلكترونية المغمورة التنافس مع الصحف الكبيرة، واختراقها لجغرافية المكان والزمان.
5. **تعميق مفهوم رجع الصدى (Feed Back)،** مما ساعد على خلق التفاعل بين الصحف والقراء، وتنمية قدرات القراء في التواصل والمشاركة في صنع الصحيفة، وإبداء الرأي والتحليل والنقد إلى إنتاج المادة الإعلامية.
6. **توفير البيانات والإحصاءات عن الجمهور من خلال زيارة القارئ للموقع،** حيث يقوم كل موقع على الشبكة بالتسجيل التلقائي لكل زائر جديد يومياً، وهذا ما أتاح فرص جديدة لأصحاب القرار الإعلامي في اتخاذ القرارات المناسبة، والاستفادة من المؤشرات الاحصائية كمنطلق لمعرفة أقبال القراء على الصحيفة.
7. **عامل الكلفة** بأخذها مدخلاً مهماً في إنشاء الصحيفة، وعاملاً في تطورها، ويوفر على صاحب الجريدة جزءاً من تكاليف طبع وتوزيع النسخة الورقية للجريدة، ويضمن له في الوقت نفسه عدداً أكبر من القراء.

ويضيف باحث آخر إلى خصائص عدة منها:

- التفاعلية.
- العمق المعرفي.
- المباشرة أو الفورية.
- التحديث المستمر للمضمون المقدم.
- تعدد خيارات التصفح.
- سهولة التعرض.
- النشر على نطاق واسع.
- القدرة على الربط بين العناصر المتعددة داخل هيكل المعلومات.
- استخدام الوسائط المتعددة.
- الأرشيف الإلكتروني الفوري.
- التفتيت أو اللاجماهيرية.
- القابلية للتحويل.
- التمكين.
- الخدمات المضافة والقائمة على السرعة.
- الشخصنة.
- الحدود المفتوحة.
- إعادة تعريف مفاهيم العمل الصحفي.
- التشبيك.
- توسيع دائرة النشر.
- قياس سريع لرجع الصدى.
- وإعادة إنتاج المادة [16].

ويمكن تحديد أبرز سمات الصحافة الإلكترونية بأخذها خصائص أخرى بالنقاط التالية:

- تعدد الوسائط.
- التفاعل والمشاركة.
- التمكين.

- الخدمات المضافة القائمة على السرعة.
- الشخصنة.
- الحدود المفتوحة.

ويضيف عدد من الباحثين فوائد عدة وفرتها شبكة الإنترنيت يمكن للمتصفحين الإفادة منها عبر الصحف الإلكترونية ومنها:

- إمكانية قراءة الصحف العالمية التي تصدر يوميا فضلاً عن المجلات والدوريات العلمية، والأعمال الأدبية، والأعمال الدرامية... الخ.
- الانفتاح على فروع المعرفة المختلفة سواء للمتخصصين أم غيرهم.
- الانفتاح على الثقافات المختلفة، وبسهولة التواصل بين المجتمعات الإنسانية، وآنية التفاعل بالصوت والصورة والكتابة والحوار، ونقل المعلومات والوثائق والأفكار.
- إمكانية الوصول إلى الأشخاص والأماكن والمؤسسات بسهل ويسر وتكلفة مادية أقل.[17]
- الحصول على معلومات تجارية واقتصادية وأسعار الأسهم وغيرها.
- الحصول على نشرات فنية مختلفة من جميع أنحاء العالم.
- الوصول إلى معلومات الموسوعات العلمية.
- الحصول على الأخبار من جميع أنحاء العالم.[18]

ومع ذلك تواجه الصحافة الإلكترونية العديد من الصعوبات أبرزها:

1. صعوبات مادية تتعلق بتمويلها وتسديد مصاريفها.
2. غياب التخطيط وعدم وضوح الرؤية المتعلقة بمستقبل هذا النوع من الإعلام.
3. ندرة الصحفي الإلكتروني.
4. عدم وجود عائد مادي للصحافة الإلكترونية من خلال الإعلانات كما هي الحال في الصحافة الورقية حيث أن المعلن لا يزال يشعر بعدم الثقة في الصحافة الإلكترونية.
5. غياب الأنظمة واللوائح والقوانين وهو ما نحتاجه ونسعى للحصول عليه.

بيئة عمل الصحافة الإلكترونية

يمكن إيجاز بيئة عمل الصحافة الإلكترونية بالنقاط التالية: [19]

أولاً: تعدد الوسائط

إذا كان الراديو يقدم الصوت والتليفزيون يقدم الصوت والصورة والصحافة المطبوعة تقدم النص، فإن الصحافة الإلكترونية هي الوسيلة الوحيدة التي بإمكانها تقديم الثلاثة معاً بشكل مترابط وفي قمة الانسجام والإفادة المتبادلة، ويعود ذلك إلى أن أدوات ممارسة الصحافة الإلكترونية تعتمد بالأساس على التعامل مع المحتوى المخزن رقمياً، الذي يتم فيه جمع وتخزين وبث جميع أشكال المعلومات ويجعلها ذات طبيعة واحدة بغض النظر عما إذا كانت صوتاً أو صورة أو نص، ومن ثم يجعل من السهل أن تضع ملفاً رقمياً على حاسب أو موقعاً بالإنترنت بداخله نص أو صوت أو صورة، و التحدي الأكبر أمام الصحفي هنا هو امتلاك مهارات التعامل مع الأدوات والأجهزة السمعية والبصرية والمكتوبة، ثم القدرة على تكوين رؤية تستطيع صهر كل هذه المواد في بوتقة واحدة تخدم الجمهور.

ثانيا: التفاعل والمشاركة

الصحافة الإلكترونية تسمح بمستوى غير مسبوق من التفاعل، يبدأ بمجرد البحث في مجموعة من النصوص والاختيار فيما بينها، و ينتهي بإمكان توجيه الأسئلة المباشرة والفورية للصحفي أو مصدرالمعلومة نفسه، أو التدخل للمشاركة في صناعة خبر أو معلومة جديدة أثناءالقراءة وتصفح الموقع، من خلال إبداء الملاحظات أو المشاركة في استطلاعات الرأي والحوارات الحية مع الآخرين حول ما يقرأ.

ثالثا: التمكين

في الصحافة المطبوعة ليس للجمهور خيار سوى قراءة ما هو مكتوب بالصحيفة، لكن الصحافة الإلكترونية تقبل بفكرة تمكين الجمهور من بسط نفوذه على المادة المقدمة وعملية الاتصال ككل، من خلال الاختيار ما بين الصوت والصورة والنص الموجود مع

المحتوى الصحفي سواء كانت أخبار أو تقارير أو تحليلات، والمصادر المتعددة فالقارئ ليس أمامه قصة إخبارية واحدة فقط حول القضية، بل بين يديه كل القصص التي نشرت عن الموضوع نفسه في السابق، وروابط لمواقع أخرى يمكنه أن يجد بها معلومات إضافية، وبين يديه أيضا خدمات متعددة يمكنه الاختيار من بينها.

رابعا: الخدمات المضافة القائمة على السرعة

بيئة عمل الصحافة الإلكترونية تقدم لجمهور سلسلة من خدمات القيمة المضافة القائمة على فكرة السرعة أو الآنية، فالصحيفة بإمكانها أن تلعب دور حلقة الاتصال اللحظية أو الآنية بين جمهورها عبر حلقات النقاش وغرف المحادثة ومنتديات الحوار وقوائم البريد وغيرها، وتستطيع مضاعفة القدرة على التحقق من الوقائع بشكل فوري عبرتعدد المصادر والإحالات الموجودة على الموقع، وتستطيع القيام بخدمة التحديث الفوري للمعلومات تبعا لتطور الأحداث.

خامسا: الشخصنة

لا تستطيع الصحيفة المطبوعة أن تقدم نسخة مفصلة أو معدة حسب احتياجات كل قارئ على حدة، بيد أن بيئة عمل الصحافة الإلكترونية بما تحمله من مرونة واعتماد كثيف على تكنولوجيا المعلومات بإمكانها أن تجعل كل زائر للموقع قادراً على أن يحدد لنفسه وبشكل شخصي الشكل الذي يريد أن يرى به الموقع، فيركز على أبواب ومواد بعينها ويحجب اخرى، وينتقي بعض الخدمات ويلغي الأخرى، ويقوم بكل ذلك في أي وقت يرغبه، وبإمكانه أيضا تعديله وقتما يشاء، وفي كل الأحوال هو يتلقى ويستمع ويشاهد ما يتوافق مع اختياراته الشخصية وليس ما يقوم الموقع ببثه.

سادسا: الحدود المفتوحة

في الصحافة المطبوعة يواجه المحررون عادة مشكلة محدودية المساحة المخصّصة للنشر، وهذه المشكلة ليس موجودة في الصحافة الإلكترونية بسبب خاصية الحدود المفتوحة، فمساحات التخزين الهائلة الموجودة على الحاسبات الخادمة التي تدير المواقع لا تجعل هناك قيود تقريباً تتعلق بالمساحة أو بحجم المقال أو عدد الأخبار، يضاف لذلك أن تكنولوجيات

الإنترنت خاصة تكنولوجيا النص الفائق والروابط النشطة- تسمح بتكوين نسيج متنوع وذو أطراف وتفريعات لا نهائية تسمح باستيعاب جميع ما يتجمع لدى الصحيفة من معلومات.

سابعا: خصائص أخرى للصحافة الإلكترونية

توفر بيئة عمل الصحافة الإلكترونية فرصاً كبيرة للوصول عبر الإنترنت إلى مختلف أنحاء العالم، عكس عدد كبير جدًا من وسائل الإعلام التقليدية التي تكون مقيدة – في أغلب الأحيان – بحدود جغرافية محددة، كذلك تتسم الصحافة الإلكترونية بالتكلفة الأقل، فتكلفة إنشاء موقع أقل من تكلفة إنشاء صحيفة.

وتقوم الصحافة الالكترونية على نماذج ثلاثة:

1. **النموذج التقني**، بأستثمار الصحافة الإلكترونية الإمكانات التقنية للشبكة، وتحدد هذه الإمكانات طبيعة المضمون، بأستخدامات عديدة كالبحث في الموقع، وخلق فضاءات شخصية للقارئ تمكنه من أختيار المضمون الذي يتناسب مع اختياراته.
2. **النموذج التحريري**، حيث تتميز الصحافة الإلكترونية بأنها تقوم على زمنية جديدة، ووجود بعد تفاعلي مركزي لها من خلال الأستخدام مع المضمون الإلكتروني بحرية كبيرة (البحث في الموقع والتعليق على المقالات)، كما تتسم مواقع الصحافة الإلكترونية بإحداثها لفضاءات النقاش الجماعي من خلال فضاءات الدردشة والحوار وحتى المدونات، إضافة لتنوع مضامينها ووسائطها المتعددة (صورة ونص وصوت)، وتأخذ التفاعلية أشكالاً متعددة (التعليق على المقالات والاستفتاءات والتصويت والبريد الالكتروني والدردشة)، والأهم في العملية التفاعلية التي تتيحها الإنترنت هي في اتاحة الفرصة لمستخدمي الموقع لنشر مضامينهم الشخصية في شكل مدونات، وحتى افلام الفيديو.
3. **النموذج الاقتصادي**، هناك اليوم نموذجان رئيسيان يحكمان اقتصاد الصحافة الالكترونية، نموذج (مجانية المضمون) والاعتماد على الاعلان من جهة، و(نموذج المضمون بمقابل)، إذ يدفع المستخدم مقابلاً مالياً(اشتراك شراء بعض المقالات)، وتعتمد معظم المواقع العالميةعلى النموذجين في الوقت نفسه.

ولا تزال الانترنت في الولايات المتحدة تؤثر سلباً على الصحافة المكتوبة التي سرح تضع في العاملين فيها عام 2006 نسبة ما كان عليه الوضع في 2005 لأن القراء يلجأون الى شبكة الإنترنت للاطلاع على المعلومات، وجاء في دراسة لمكتب تشالنجر وغراي وكريستماس ومقره في نيويورك.

ان الصحافة الغت 17809 وظيفة في العام 2006 اي بارتفاع 88% نسبة إلى العام 2005 حيث تم الغاء 9453 وظيفة، وأوضحت الدراسة بأن عملية الغاء الوظائف سوف تتواصل مشيرة إلى أن الصحافة أعلنت عن إلغاء الفي وظيفة في النصف الاول من العام 2007، وخرجت الدراسة بمعلومة مهمة وهي ان وسائل الاعلام المكتوبة ستواصل تقليص وظائفها، وكذلك ستعمد على تغيير استراتيجياتها والتركيز على الصحافة الإلكترونية[20].

الصحافة الرقمية كتقنية جماهيرية

ان التحدي الذي جلبته شبكة الإنترنت كتقنية جماهيرية فتحت الآفاق لمنافسات جديدة في مجال وسائل الاتصال والمعلومات، بسبب التطور التكنولوجي في مجال البرمجيات والمعلومات والإعلام، ودمج مكونات الثورة الرقمية ومكوناتها وصهرها لدرجة يتعذر على المرء معها الفصل بين ما هو اعلام خالص وما هو أداة اتصال وتواصل وأخبار.

وهذه الثورة الاتصالية، بفعل الإنترنت، أدى الى تحول العملية الاتصالية إلى عملية تبادلية بين المرسل والمستقبل، بمعنى أن الأتصال سيتحقق عبر اتجاهين، حيث يتحقق التفاعل بين طرفي العملية الاتصالية، وسيعلو دور المستقبل في هذه الحالة، ليس فقط الى الدرجة التي يستطيع معها ان يطلب المزيد من المعلومات، بل سيصل الأمر الى تحول المرسل العادي إلى منتج للمادة الإعلامية[21].

وبصفة عامة فقد اتاح التطور التكنولوجي[22] في أساليب الاتصال فرصة جمع وتخزين واسترجاع وتجهيز ونشر حجم هائل من المعلومات والبيانات والوسائل الإعلامية على نطاق واسع، وبدرجة فائقة من الدقة والسرعة، ويعد الحاسب الرقمي والنقل بالأقمار الصناعية وأشرطة الفيديو كليب والفديوتكس والتليفاكس والآت النسخ ذات السرعة العالية من أهم التطورات البارزة في أساليب الاتصال الرقمي.

ولعل من أبرز مظاهر التكنولوجيا ذلك الاندماج الذي حدث بين ظاهرتي تفجير المعلومات وثورة الاتصال، ويتمثل المظهر البارز لتفجير المعلومات في استخدام الحاسب الالكتروني في تخزين واسترجاع خلاصة ما انتجه الفكر البشري، في اقل حيز متاح، وبأسرع وقت ممكن، اما ثورة الاتصال فقد تجسدت في استخدام الأقمار الصناعية، ونقل الانباء والبيانات والصور عبر الدول والقارات بطريقة فورية.

وباستخدام الحاسوب في الصحافة، فقد ساعد هذا المنجز على اختصار العملية لمرحلتين في إعداد الجريدة، وهي الطباعة واستخدام الورق، مما جعل الحديث عن الصحافة الرقمية والمجتمع اللاورقي من مميزات مجتمع المعلومات والتواصل، واصبحت صناعة الصحافة أكثر تطوراً بفضل الجمع التصويري، بدلاً من الجمع اليدوي، بأستعمال الالياف الزجاجية، مما ساعد على زيادة كمية الانتاج، مع تنوع استخدام أنواع الحروف والأحجام، مثلما شهدت طباعة الصور تطوراً مذهلاً من الناحية التقنيّة في مجال وضوح الصورة وفصل الألوان.

وللمرة الأولى في تاريخها، تمكنت الصحف من التنقل عبر الحدود والقارات والدول دون رقابة أو موانع أو رسوم، بل وبشكل فوري، ورخيص التكاليف، وذلك عبر الأنترنيت، حتى أن هذا الإنجاز لا يلغي حقيقة أن الصحف التقليدية ما زالت تعاني الازمة نفسها.

ولقد حقق هذا التطور نتيجة عرضية تتمثل بمنح جميع الصحف الإلكترونية بأعدادها الكبيرة فرصة متساوية بالوصول الى الجمهور في أي مكان من العالم، وبذلك فأن صحفاً مغمورة بات بمقدورها أن تنافس من خلال نسختها الإلكترونة صحفاً دولية كبيرة إذا تمكنت من تقديم أشكال تقنية متقدمة ومهارات ارسال، ونوعية جيدة من المضامين وخدمات متميزة.

ولأن الإرسال عبر الإنترنيت سيعني بالضرورة منح الصحف الإلكترونية صبغة عالمية بغض النظر عن إمكانياتها، ولأن المضامين هنا يجب أن تكون متوافقة مع هذه الصبغة العالمية، فأن البعض بات يتساءل بجدية عما اذا كان يصح إطلاق صفة (الصحيفة المحلية) على الصحف التقليدية التي تصدر لها طبعات إلكترونية [23].

وقد أضحى استخدام الكمبيوتر في الصحافة عاملاً مساعداً في تطوير الصحافة شكلاً ومضموناً وتوزيعاً وانتاجاً وتسويقاً، وذلك من خلال التطبيقات التي يوفرها الحاسوب من خلال[24]:

1. معالجة الكلمات، لأغراض الكتابة وتحرير النصوص في مكاتب العمل.
2. النشر المكتبي، وذلك بانتاج صفحات كاملة من الصحف، مزودة بالعناوين والنصوص والرسوم على أجهزة الحاسب الإلكتروني، مما اتاح للمخرج الصحفي ان يعيد نسخة الصفحة على الشاشة (WYS /WYG)، وأجراء التعديلات على شكل الصفحة ومحتواها.
3. تصميم الرسوم، التي تستعمل في البرامج والأخبار من خلال استخدام نظم تصميم الرسوم (CAD)، حيث يتم ابتكار الرسوم وتخزينها وتغيرها في مجال خرائط الطقس والرياح ورسم الخرائط وتحديد المناطق الجغرافية.... الخ.
4. البريد الإلكتروني، بهدف إخراج البيانات المستقبلة على طابعة أو خزنها في أجهزة لاستخدامها عند الحاجة، من خلال تقنية تشمل على معدات ووسائل اتصال تسمح بإدخال وتخزين وتوزيع الرسائل والبيانات من مكان إلى آخر في اي مكان في العالم، باستخدام خطوط الهاتف أو موجات الراديو أو الالياف الزجاجية أو الاقمار الصناعية.
5. الاتصال المباشر بقواعد البيانات (OnLine)، أيّ البحث في قواعد البيانات الإلكترونية بطريقة تفاعل تحاورية عن طريق منفذ Terminal للاتصال بالحاسب الإلكتروني.
6. النشر الإلكتروني، وهو عبارة عن إصدار أو بث أو طرح الكلمة المكتوبة للتداول بالوسائل الإلكترونية، وهذا يعني استخدام الناشر لعمليات المعتمدة على الحاسب الإلكتروني، والتي يمكن بوساطته الحصول على المحتوى الفكري، وتسجيله وتحديد شكله من أجل بثه بطرق واعية.
7. النشر الشبكي، ويقوم على استخدام شبكة المعلومات وبنوكها في نشر الكتب والدوريات العامة والمتخصصة وتوزيعها للمشتركين عبر منافذ خاصة بكل مشترك.

وكان طبيعيا في ضوء تطور تكنولوجيا المعلومات والإعلام، وانتشار الإنترنت أن تنضم الصحافة الى هذه الثورة الرقمية في إطار الحاسوب، خاصة بعد الاتجاه الى صحافة المعلومات وحاجتها إلى منظمة من المعلومات والصور، مما أحدث هذا التحول تغيرات أساسيّة في الجوانب المهنية للصحفي، وبتقاليد العمل، ومجالات الرسالة الاتصالية، والشكل الصحفي والقارئ والبنية اللغوية، إضافة إلى تغيرات في عمل المحرر الصحفي والمندوب الصحفي، ومتلقي الرسالة الرقمية بخصوص الجانب التفاعلي في تعامله مع الوسيلة الإعلامية، كما أختلف الشكل العام للوسيله الاتصالية من كونها شكل مطبوع تقليدي الى شكل صحيفة رقمية، حيث أصبحت تحتوي على مستويات عديدة نصيّة وصور ثابتة ومتحركة، مما احدث تحولاً جذرياً في الشكل الإخراجي العام للصحيفة.

وتساعد الإنترنت في تثبيت مركزية الإعلام فتندمج الالياف الضوئية والكابلات الأرضية والبحرية واشعة المايكرويف ودوائر الأقمار الصناعية، الى درجة توصل معها الأمر إلى التخوف من حدوث أزمة مرور للأقمار الصناعية التي تتزاحم في ارتفاعها الثابت بالنسبة للارض وبصورة تهدد بتداخلات موجهات ارسالها [25]، ويبدو العالم في تقنيات العولمة متجها بسرعة قصوى نحو انترنت 2 الجماعية أو ربما انترنت 3 حيث مفهوم الإنترنت النقالة[26].

الخدمات الصحفية على الإنترنت

يقسم احد الباحثين[27] الصحف والخدمات الصحفية على الإنترنت إلى خمسة انواع رئيسية وهي:

1. توجد صحف معروفة بأسمائها وتاريخها في الشبكة على هيئة خدمة منفصلة عن طبعتها الورقية أو شبيهة بالورقية.
2. تميل بعض الإذاعات إلى تقديم خدمات أخبارية نصية وصور وأشكال إيضاحية كما في موقع هيئة الإذاعة البريطانية الذي يقدم خدمات إذاعية بمختلف اللغات وخدمات صوتية كما يقدم تقارير إخبارية مكتوبة ومواد صوتية وصوراً وساحة حوار تفاعلية.
3. مجموعة الخدمات الإخبارية التي تجمع خصائص مختلفة للوسائل الإعلامية بالإضافة إلى خصائص شبكة الإنترنت مثل فوكس نيوز.

4. صيغة مجلة الإنترنت، ومثال عليها مجلة نيوزويك التي تصدر طبعة إلكترونية تحمل مادة المجلة الأسبوعية مضافاً إليها تجديدات يومية واستطلاعات رأي تفاعلية لا تتقيد بأسبوعية الصدور وإنما تتجدد بشكل دائم.
5. وكالات الأنباء على الشبكة كوكالة الأنباء الفرنسية التي توفر خدماتها المخصصة لشبكة الإنترنت بعدة لغات من ضمنها اللغة العربية، حيث يقدم الموقع العربي خدمتين رئيسيتين أولاهما تغطي كافة الأحداث التي تعرض في الموقع، وثانيتهما تقدم خدمة الأخبار والمعلومات عبر البريد الإلكتروني.

ولاشك أن انتشار تقنية الإنترنيت على نطاق عالمي أتاح مثل هذه الإمكانية والاهمية للصحف الإلكترونية ففي النرويج مثلاً دخل الانترنت الى أكثر من60% من المنازل، واصبحت قراءة الصحيفة الإلكترونية نمطاً شائعاً ويومياً الأمرالذي أثر بالطبع على الصحف التقليدية وان كان هذا التأثير لم ينه أو يقلل من أهميةهذه الصحف الا بقدر ضئيل من أرقام التوزيع، حيث تركز الاهتمام بهذه التقنيةالجديدة على الشباب وخصوصاً بعمر 20 – 24 عاماً، بينما احتفظ الاشخاص ذوي الأعمارالاكبر بعلاقتهم مع الصحف الورقية التقليدية [28].

وفي هذا السياق يشار إلى أن آخر الإحصائيات تفيد بأن ما يزيد على 57 بالمائة من الألمان يستفيدون من الشبكة العنكبوتية يوميا، وأن نسبة عالية منهم تتابع برامج الراديو أو تشاهد التلفاز – خصوصاً مباريات الدوري الألماني، عن طريق الإنترنت، وينعكس الاهتمام المتزايد بالصحافة الإلكترونية على سوق العمل الألمانية أيضاً التي مازالت في حاجة ماسة للعديد من خريجي الجامعات في هذا المجال، ومع ذلك فأن الظاهرة الإعلامية ما زالت تتشكل وتتجدد وتتبدل كل يوم، كما أن الصحف الكبرى استغلت مواقعها الالكترونية لتزيد من حيويتها وتأثيرها ودورها الإعلامي وأيضا مواردها المالية، والسؤال الذي يقف أمامه خبراء الإعلام هو ماذا يعني عام 2017 للصحافة الالكترونية؟.

ومبرر الاهتمام بسيط للغاية، لأن الصحافة الإلكترونية أصبحت آلة اقتصادية– مالية ضخمة، إذ أن موارد الصحف من مواقعها الإلكترونية تنامت بنسبة 33 بالمائة سنويا، وإذا استمرت هذه النسبة كما هي سنويا فإنه من المتوقع أن تتساوى مواردها من (أون

لاين) مع موازنتها من النسخة المطبوعة عام 2017،إذا حافظت الصحف على نموها السنوي بنسبة 3بالمائة.[29]

وتراجع نسبة توزيع الصحف المحلية المختصة داخل بريطانيا مقارنة بالأعوام الأخيرة ورغم ان مدرسة الصحافة التقليدية كانت تعول إلى حد بعيد على أهمية وجود الصحف المحلية، إلا ان الأرقام التي صدرت عن توزيع هذه الصحف المجانية تشير الى عكس هذا، مقابل ارتفاع عدد قراء الصحف المتواجدة أونلاين، وأشارت الإحصائيات الى تراجع صحيفة Northcliffe بمعدل 6.1٪ وكذلك Trinity-Mirror ب 2.8٪ وغيرها يعكس تراجع الصحف الورقية إجمالاً، وتعليل هذا التراجع لصالح انتشار الإنترنت، وانخفاض حصة الصحف الورقية من الأموال الإعلانية لصالح زميلاتها الإلكترونية.

وخلصت دراسة علمية إلى استنتاجات أكدت أن شبكة الإنترنت أصبحت أكثر المصادر المعروفة للمعلومات؛ وهي أول ما يفكر فيه الناس حالياً في كل انحاء العالم، حينما يرغبون في البحث عن المعلومات بشكل ميسر وموفر للوقت، واشارت الدراسة إلى أن الإنترنت في الولايات المتحدة الامريكية أصبح أكثر تأثيراً على القوى السياسية والانتخابية، حيث يستغرق الأمريكيون كثيراً في البحث عبر الشبكة الدولية للإطلاع على أحدث المستجدات واختيار مرشحيهم، وخلصت الدراسة انه يمكن أن يطلق الآن على المجتمعات أنها مجتمعات رقمية نظراً لاعتمادها الكبير على شبكات الانترنت، وخاصة لأكثر المواقع المقروءة مثل موقع جوجل الإلكتروني حيث تصل نسبة الأمريكيين المستخدمين للموقع اكثر من 80٪ من مجموع الشعب الامريكي.[30]

وقررت شركة نيوز انترناشونال (الذراع البريطانية لمجموعة نيوز كورب التي يرأسها روبرت مردوخ) دمج الصحف الأربع اليومية التي تصدرها (نيوز انترناشونال) بالإضافة إلى الصحف التي تصدرها الشركة يوم الأحد فيما يتعلق بفرق الطباعة والنسخ المنشورة على شبكة الإنترنت، ووضع إرشيفها على موقعها بشبكة الإنترنت، الأمر الذي يعني وضع أعداد منذ تأسيسها عام 1788 على الإنترنت، وتهدف الشركة الى زيادة جمهور وسائلها في مجال الإعلام وزيادة أرباحها في مجال خدمات وسائل الإعلام الجديدة من خلال دمج اطقم تحرير الأعداد المطبوعة والمنشورة على شبكة الإنترنت.

النشر المكتبي والإلكتروني في الصحافة العربية

هناك خلط بين مفهوم التقنيات الحديثة والتقنيات في الاتصال والإعلام، ومازال مصطلح التقنيات الحديثة يستخدم في عناوين كتب ومقالات تعالج قضايا تتعلق بالتلفاز والراديو والصحيفة المطبوعة، فالنشر المكتبيDesk Top publishing تعبير استخدم في مجال الصحافة اليومية للدلالة على استعمال الكمبيوتر وبرامج الكمبيوتر لإنتاج الصحيفة، ولابد من توضيح الفرق بين استخدام الكمبيوتر كطابعة للمادة الصحفيّة واستخدامه كمنتج للمادة الصحافية، في الحالة الاولى يقوم المستخدم بطبع النص الصحافي وبالتالي فإن الكمبيوتر ينفذ دور الطابعة Typewriter فقط، أما في الحالة الثانية فأن الكمبيوتر بالإضافة الى دور الطابعة ينفذ عمليات لها علاقة بتصميم وبإخراج الصحيفة وتوزيع المواد الصحافية من نصوص وصور ورسومات داخل الصفحات.

فالنشر المكتبي، يعني استخدام الناشر للعمليات المعتمدة على الحاسب الإلكتروني للحصول على المحتوى الفكري، فهو يكفل توفير كميات كبيرة من المعلومات في متناول المستفيد وبشكل مباشر.(31)

وينبغي أن نشير إلى المراحل التي مر بها النشر الإلكتروني:

المرحلة الأولى: كانت باستخدام الحاسوب لإصدار المنشورات البسيطة والمحدودة النسخ، واستخدام مكانزالمعلومات لإخراج الناتج على الورق، وفي هذه المرحلة كان الحاسوب يستعمل بديلاً عن الآلة الكاتبة، ويتفوق عليها من خلال القدرة على تخزين المعلومات، على شكل نصوص وصور، فضلاً عن معالجة تلك المعلومات واسترجاعها بأقل جهد، وبأسرع وقت.

المرحلة الثانية: شهدت التحسينات التي أدخلت على عملية النشر فجعلتها تنتج مطبوعات أكثر تكاملاً وجودة، مع اتساع استعمالها، وأبرز تطور كان إمكانية ربط المكانز بخطوط الاتصالات مباشرة، وهي التي مكنت المستخدم من الحصول على معلومات مطبوعة، دون متاعب، وهو جالس في مكانه.

المرحلة الثالثة: وهي العمل علي إحلال النشر الإلكتروني محل النشر التقليدي، بجميع أنواعه وأشكاله، وفي هذا قلب لموازين النشر المعروفة.[32]

وعلى عكس ما هو سائد في معظم الاستخدامات العربية الأكاديمية والمهنية هناك فرق بين تقنية النشر المكتبي وتقنية النشر الإلكتروني، ما يجمع بينها هو الاعتماد على الكمبيوتر في النشر والتخزين والاسترجاع، أما ما يفرقهما فيكمن في طبيعة الوظائف المناطة بكل منهما، وكما ذكرنا آنفاً فإن تقنية النشر المكتبي تختزل العمل التقليدي من الاعتماد على المهارات اليدوية في إنتاج الصحيفة الى الاعتماد الكلي على الكمبيوتر وبرامج الطباعة والنشر في استقبال الأخبار والصور وفي التصميم والإخراج، اما النشر الإلكتروني فيستدعي التوفير الإلكتروني لنصوص وصور الصحيفة كمصدر معلومات فوري من خلال شبكة الانترنيت، أو على أقراص مدمجة أو من خلال الشبكة الداخلية للصحيفة.

مستقبل الصحافة الألكترونية

ظهرت العديد من الأفكار بخصوص وسائل الأتصال الرقميّة وتأثيراتها على وسائل الإعلام التقليديّة، ومنها بروز ظاهرة الصحافة الإلكترونية، والإعلان الألكتروني،حيث يرى إمبراطور الإعلام روبرت ميردوخ إنه يقف أمام فجر العصر الذهبي للمعلومات، بل إمبراطورية المعلومات الجديدة، و(إن الشركات الاعلامية التي تتوقع من ماضيها المزدهر أن يحميها من التيار الالكتروني الجارف ستندثر وتختفي عما قريب، ومن الصعب والخطورة الاستخفاف بالتغيرات الضخمة التي تقودها هذه الثورة التكنولوجية، وقدرتها على بناء أو تدمير دول بأكملها وليس شركات فقط)، ووصف الإنترنت بأنها ثاني أهم أختراع في العصر، وربط اهتمامه بالثورة الرقمية الجديدة بشعار: (تغير أو اندثر) والذي وجهه لكافة المؤسسات الإعلامية ذات اللون الواحد، وقال (إن خطر زوال تأثير المؤسسات الإعلامية التقليدية أمام الأسلوب الجديد في صناعة المعلومات يهدد مؤسساتي ايضاً، وكذلك عالم الأعمال بالمعنى الأوسع) ويذكر ان ميردوخ أنفق ما يعادل 400 مليون دولار في موقع com.MySpace.www الذي يتابعه أكثر من 35 مليون متصفح من جهتي المحيط الاطلسي، وأشار تقرير صدر مؤخراً في واشنطن تحت عنوان (حالة وسائل الإعلام الاخبارية عام 2006) شارك في إعداده عدد من معاهد ومراكز الأبحاث المعنية بشؤون الإعلام في الولايات المتحدة أن العام 2005 سجل (بداية موت الصحافة الورقية) في ظل

التقليصات التي شهدتها كبرى الجرائد الأمريكية كـ(نيويورك تايمز) التي استغنت عن 60 بالمئة من محرريها و(لوس انجلس تايمز)؛ بالإضافة الى إعلان مجموعة (نايت رايدر)، التي تتولى نشر 30 صحيفة أمريكية، حيث تعاني من مشاكل مادية أدى الى طرح أسهمها للبيع، أكاديميا، أصبحت الصحافة الاكترونية مادة تدرس ضمن تخصص الصحافة والإعلام في الجامعات الغربية لمواكبة تطور صناعة الإعلام وحاجة السوق الذي يتجه أكثر فأكثر نحو التسويق الإكتروني.

إقتصاديا، تعد الصحافة الالكترونية، الأرضية الخصبة الجديدة لسوق الإعلان الذي يرتبط بالإعلام وفق علاقة متداخلة تعود إلى بدء التعامل مع الإعلام كسوق وصناعة.

وشهدت السنوات الماضية القليلة تقدماً ملموساً في توسع حركة النشر الإلكتروني عربيا رغم التحفظات أو المخاوف التي يقف عندها الناشرون العرب، كما شهد الإعلان العربي عمليات انتقال وإعادة انتشار بين مصر ولبنان والإمارات، وتحولات كبرى ومهمة مع تطور وسائل الاتصال المختلفة مثل التليفونات الجوالة (الموبايل) والبريد الالكتروني، وتعد دبي اليوم مركزاً إقليمياً للإعلان الخليجي أساسا ثم العربي، وقد بدأت العمل فيها عشرات الوكالات الدولية للإعلان.[33]

وحسب تقرير صدر عن (مكتب الاعلان التفاعلي) وصل الدخل عن الإعلانات التجارية رقما قياسيا هو 3.0 مليار دولار خلال (3) أشهر فقط، وتحتل الإعلانات المبوبة حاليا نسبة 60 إلى 70٪ من الإعلانات التجارية على الإنترنت لصالح الصحف، وبدأت الصحف بجني الفوائد مع تزايد مواقعها على الويب، وكلما زاد عدد الزوار زاد سعر الإعلانات، ومع استمرار هذا التحول يستمر التزايد في الأرباح، وبشكل عام، يشكل دخل الصحف اليوم من الإعلانات التجارية، حوالي 75 إلى 80٪ من الدخل الكلي، ويقدر الإعلان التجاري عبر الإنترنت 6.5٪ من الدخل الكلي الذي يدخل للصحافة عن طريق الإعلانات، وهذا بزيادة 5٪ عن السنوات الماضية، وإن الاعلان التجاري عبر الانترنت للصحف أصبح مربحاً جدا.[34]

وبدون شك فأن النشر الإلكتروني، حدث هام، بدأ عبر برمجيات مرتفعة الثمن استطاعت قلة من مؤسسات الإعلام الكبيرة امتلاكه إلى أن ظهرت برمجيات مجانية تمكن

الجميع من إيجاد مواقعهم المعتمدة على أنظمة إدارة المحتوى، حيث انطلقت مئات آلاف المواقع الشبابية الخاصة ومواقع التجمعات الصغيرة بشكل لم يسبق له مثيل من قبل على الانترنت، وانقلب مفهوم الصفحات الجامدة للانترنت إلى أشكال من التفاعل المتبادل غير المسبوق من قبل على مستوى الكرة الأرضية، حيث يتبادل فيها مليارات البشر الآراء والمعلومات والأخبار بأساليب متعددة معتمده بمعظمها على تقنيات نشر على الانترنت طرحت مجاناً من قبل مطورين شباب وفق أنظمة المصادر المفتوحة (Open Source)للاستخدام والتطوير المستمر، وتعابير مثل (الجريدة الإلكترونية) أو(المنتديات) وحتى (المواقع الشخصية) أصبحت مألوفة ولكن لم يتصور أحد من مستخدميها أو من صانعيها أنها ستكون نواة لثورة شبابية عالمية على أساليب إعلامية خاصة أم حكومية حصرت فيها الإعلام وتبادل المعلومات، فتبادل المعلومات أصبح ملكاً للشباب العالمي وبشكل شبه مجاني.(35)

ويبدو إن النشر الإلكتروني سوف يغير كل ما عهدناه من أساليب تعودنا عليها في تناقل الأخبار والمعلومات والإعلان، والعديد من المواقع العالمية بدأت بإضافة مقابلات في ديوية، وسندخل عالماً سيتمكن كل شخص فيه منا أن يملك إذاعة خاصة و بثاً تلفزيونياً خاصاً إن أراد وجريدة خاصة وموقعاً خاصاً وكل ذلك عبر الانترنت.

أهمية الصحافة الإلكترونية وأخلاقياتها

للصحافة الإلكترونية فوائد مهمة، ويعزى لها الكثير من المساهمات الفاعلة في العصر الرقمي لبني الإنسان ومن أبرز ذلك:(36)

1) أنها منحت فرصا كبيرة للفئات المهمشة للتعبير عن آرائها وتوصيل أفكارها للجماهير حول العالم بشكل غير ممكن في الصحافة المطبوعة، ولعل هذا الأمر قد حدا بالبعض للحديث عن صحافة الشعب Civic Journalism للإشارة إلى المشاركة الواسعة للأفراد العاديين في عملية الاتصال عبر الإنترنت وبخاصة في إطار صحافة المدونات Blogger Journalism، والتي لا تزال تثير الكثير من الجدل حول العالم بسبب جرأتها وتناولها موضوعات لا تتناولها الصحافة التقليدية.

2) ساهمت كثيراً في التقارب الإنساني والتواصل البشري ونقل المعلومة والحدث بين مختلف الأجناس والأعراق البشرية، مما ساهم في إلغاء المسافات والحدود القارية واختلاف اللغات واللهجات، بل وساهمت تلك المواقع في إبراز أشكالاً جديدة من البشر لم يعودوا يؤمنوا بمبدأ الدولة الواحدة، بل ينتمون جميعا إلى العالم الرقمي العابر للقارات، ويشاركون في مشاكله والمعانات التي يواجهونها، والتحديات والصعاب التي يمكن أن تقف أمامهم، فلم يعد المواطن في العالم العربي عاجز عن إبداء الرأي والتفاعل مع أي قضية دولية، كما تشارك المواطن الغربي في هموم الإنسان العربي، وهو ما لا تستطيع تحقيقه الصحافة الورقية بهذه السرعة والتفاعلية.

3) حققت الكثير من الصحف والمواقع والمدونات الشخصية الالكترونية بعض التغيير الاجتماعي والحراك الثقافي والسياسي في بعض المجتمعات التي ظلت متقوقعة على نفسها لفترات زمنية طويلة، كما ساهمت في تحقيق مساحة ملموسة للحرية والديمقراطية وإبداء الرأي في تلك البلدان من خلال سرعة تلقي مشتركيها للمعلومة والخبر ونقل الصورة والتغطية الإعلامية لأفكارهم وآرائهم ومشاكلهم.

4) استطاعت الصحافة الإلكترونية أن تتخطى الحدود المحلية والعربية والدولية وحدود القانون والرقابة، كما وفرت سرعة انتشار المعلومات ووصولها إلى أكبر شريحة وفي أوسع مجتمع محلي ودولي وفي أي مكان وزمان وفي أسرع وقت واقل تكاليف، وحول أي موضوع وخبر ومعلومة، كما وفرت مساحة كافية للنقد والتعليق والمشاركة والتفاعلية وهو ما لم تستطيع تحقيقه الصحف المطبوعة.

ومع ذلك تزايدت المطالبة بحماية حق الإنسان في الخصوصية خلال العقد الأخير من القرن العشرين: وصدرت بعض التهديدات في دول مثل بريطانيا بإصدار قوانين تفرض عقوبات على انتهاك وسائل الإعلام لحق الخصوصية إذا لم تقم تلك الوسائل بتنظيم نفسها، وإصدار مواثيق أخلاقية تحمي حق الحياة الخاصة، وتبحث شكاوي المواطنين ضد الصحف لكن من الواضح إن تلك المشكلة قد تزايدت حدتها نتيجة لثورة الاتصال التي أدت إلى وجود أشكال جديدة لاقتحام حياة الناس الخاصة والحصول على الصور والمعلومات. (37)

وقد نصت المادة الرابعة من الإعلان الذي أصدره معهد بوينتر عام 1997، حيث تعهد محررو الصحف الالكترونية على:

1. أن نكون حساسين تجاه حقوق الإفراد في حماية حياتهم الخاصة عند إنتاج قواعد البيانات.
2. أن نبث المعلومات عن حياة الأفراد الخاصة في حالة أن يكون هناك مصلحة عامة مشروعة تفوق في أهميتها حق الحياة الخاصة.
3. نحترم حقوق الأفراد في الخصوصية، وان لا نقوم بالكشف عن المعلومات الحساسة إذا لم يكن هناك مصلحة عامة مشروعة في ذلك.[38]

وإما أخلاقيات الصحافة الإلكترونية على نطاق التلاعب بالصور فقد شكلت مشكلة كبيرة بعد أن سمحت الكثير من المؤسسات الصحفية في الولايات المتحدة الأمريكية بعمليات التعديل والتغيير والتلاعب الرقمي في الصور، وهو ما أثار المخاوف من إمكانيات استخدام هذه التقنيات في تصنيع فضائح للأشخاص، كما أدت إلى تناقص مصداقية الصحافة ووسائل الإعلام.[39]

وقدمت الرابطة الأمريكية للصور المتحركة قانونها بمجموعة من المبادئ والتطبيقات التي يجب الالتزام بها ومن المعايير التي طالبت بها الرابطة هي:

- احترام كرامة الإنسان وقيمة الحياة الإنسانية.
- عدم تبرير الشر والخطيئة والجريمة والأعمال الخاطئة.
- ممارسة كبح تصوير الأنشطة الموجهة ضد المجتمع.
- عدم إظهار تفصيلات أعمال القسوة والضعف الجسدي والتعذيب والإساءة.
- عدم تقديم استعراض الجسد البشري بطريقة غير كريمة ومبالغ فيها.
- عدم تبرير العلاقات الجنسية المريضة وكذلك عدم إبراز المشاهد الجنسية التي تخالف المعايير العامة للكرامة.
- عدم إبراز الكلام والإشارات والحركات الفاحشة.
- عدم الإساءة إلى الدين.[40]

نشأة الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي

منذ مطلع التسعينيات أصبح لشبكة المعلومات الدولية الإنترنت دور هام في نشر المواد الإعلامية بمختلف صورها وأشكالها، واستفاد من ذلك العديد من وسائل الإعلام وعلى رأسها الصحف التي تزايد إعداد مواقعها على الانترنت بشكل كبير ومطرد طوال عقد التسعينيات، كما استفادت محطات التلفزيون والإذاعة من الإنترنت في بث موادها لتصل لأكبر عدد ممكن من الجمهور، وبدا في الظهور أشكال جديدة من الخدمات الإعلامية، مثل المواقع الإخبارية بل أن المواقع الإعلامية على شبكة الإنترنت بدأت في اجتذاب رواد وسائل الإعلام الأخرى.

ولا يختلف اثنان على أن الصحافة الإلكترونية فرضت وجودها على الساحة الإعلامية العربية بل وأصبحت مصدراً رئيسياً للمعلومات والأخبار بلا منافس، والمثير أن هذه الوسيلة لم يكن لها وجود قبل عقدين من الزمان، ولكنها استطاعت أن تحقق نمواً مطرداً على الساحة وتجتذب شرائح متنوعة من الجمهور، الذي ارتبط بها مباشرة.

ويشير الكثيرون من الباحثين في ميدان علوم الإعلام والاتصال إلى أن التاريخ لظهور وانتشار الصحافة الإلكترونية يكون من خلال تتابع مراحل التطور التي شهدتها المواقع الصحفية على شبكة الإنترنت وليس خارجها.

ولم تدخل وسائل الإعلام العربية عصر الاستفادة من شبكة الإنترنت الا بشكل متأخر نسبياً، حيث انشئ أول موقع لصحيفة عربية على الإنترنت في عام 1995م، لكن بعد ذلك بدأت أعداد كبيرة من وسائل الإعلام العربية في تسجيل حضور لها على شبكة الإنترنت، وتنوعت هذه الوسائل ما بين الصحف العربية بمختلف دورية إصدارها، والمجلات والقنوات الفضائية ووكالات الانباء والمواقع الأخبارية العربية وإن كان حضور هذه الوسائل على الشبكة متفاوتاً وفقاً لسياسة وامكانيات كل منها[41].

ويمكن القول إن الصحافة الإلكترونية هي الأكثر استفادة من بين وسائل الإعلام العربية، لأنها تمكنت من تخطي الحدود الجغرافية للوطن العربي، والاستفادة جاءت نتيجة

للخبرة الطويلة المتراكمة، وواحدة من حسنات الإنترنت التي لا تقدر بثمن هي انها قلصت من حجم دور الرقيب في قوانين الإعلام والمطبوعات في الوطن العربي.[42]

وتوافرت الصحيفة اليومية العربية الكترونيا لأول مرة عبر شبكة الانترنت في 9 سبتمبر 1995 ونشرت صحيفة الشرق الأوسط في عددها الصادر في سبتمبر من ذلك العام خبراً على صفحتها الأولى اعلنت فيه انه ابتداء من ذلك اليوم سوف تكون موادها الصحفية اليومية متوافرة الكترونياً على شكل صور عبر شبكة الإنترنت، الصحيفة العربية الثانية التي توافرت على الإنترنت، وكانت صحيفة النهار التي اصدرت طبعة الكترونية يومية خاصة بالشبكة ابتداء من الأول من عام 1996 ثم تلتها الحياة في عام 1996 والسفير في نهاية العام نفسه[43].

وشهد عام 1997 مولد العديد من الصحف العربية الإلكترونية، ففي عام 1997 بدات صحيفة الراية القطرية في إصدار أول نسخة إلكترونية لها، ثم الجمهورية المصرية، والجزيرة السعودية والقبس الكويتية، ثم الشعب المصرية في الاول من اكتوبر، اما صحيفة الاهرام المصرية فلم تتح من خلال الانترنت الا في 5 اكتوبر 1998 [44].

وفي الوطن العربي لم تحظ التقنيات الحديثة حتى الآن بالسعة التي تجعل من الصحافة الإكترونية ظاهرة ملموسة ومؤثرة، حتى مع وجود العديد من المواقع الإلكترونية الصحفية أو الشاملة مثل الشبكة العربية (ارابيا اون لاين)، (بلانيت ارابيا)، (نسيج)، (البوابة)، (مكتوب)، (أين)، (اراب نيت)، (محيط) ومواقع شاملة أو متخصصة أخرى.

وحينما بدأت الصحافة تهتم بمواقعها الإلكترونية فإن التطور كان منصباً على إتاحة المحتوى الورقي ذاته والحفاظ على شكله في الصحيفة، ومن هنا ولدت نسخ الـ(pdf) للصحيفة ذاتها، تلك النسخ التي اتاحت توفير الصحيفة بشكلها وإخراجها الورقي على موقع الصحيفة.

وتسهم عوامل عديدة في عرقلة الانتشار السريع لتقنية الإنترنت في الوطن العربي منها:

1. سوء البنية التحتية للاتصالات في أغلب الأقطار العربية.
2. بطء عملية التنمية.

3. سوء الإدارة التقنية.
4. الانتشار الواسع للامية الأبجدية التي تبلغ بحدود 40% من المواطنين العرب.
5. ضعف التعليم ومخرجاته.
6. العوائق السياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية.
7. تدني الدخول ومستويات المعيشة في الوطن العربي.
8. ضعف ثقافة التكنولوجيا.

وكانت الصحافة العربية حتى العام 2000 قاصرة في استخدام أساليب وتكنولوجيات ومميزات النشر الإلكتروني، ولم يتبلور إدراك كامل لطبيعة الصحيفة الإلكترونية وأنها في الحقيقة تمثل بداية مشروع في أطواره الأولى To go online، كما أن ذهنية النشر الورقي ما زالت هي السائدة في معظم هذه الصحف وأن غالبية هذه الصحف لا يتم تحديثها على مدار الساعة بل هي نسخة كربونية للصحيفة الورقية، وتفتقر معظم الصحف الالكترونية العربية إلى خدمة البحث عن المعلومات ولا يوجد في الكثير منها ارشيف للمواد التي سبق نشرها.

وفي هذا السياق، ولدت جريدة (إيلاف) وانطلقت في 21 أيار (مايو) من العام 2001 لتعلن عن نفسها كأول جريدة إلكترونية عربية، ليست مدعومة بوسيلة إعلام سابقة لها مثل الصحف الورقية والقنوات الفضائية.

أما الصحف الالكترونية المنشورة عبر الإنترنيت فقط، فقد بدأ اصدارها في مطلع العام 2000 بصدور صحيفة (الجريدة) في أبو ظبي في الاول من كانون الثاني من ذلك العام، وصدرت بعدها عدة صحف الكترونية أخرى، من أهمها: الجاهات (السعودية)، باب وبوابة (الاردن) اسلام اون لاين (مصر)، لكن عدد هذه الصحف يبقى محدوداً وبعضها مجرد مواقع اخبارية أكثر من كونها صحفاً بالمعنى الذي استقر للصحف الإلكترونية.

وكانت بدايات تعامل الصحافة العربية مع تقنية النشر الإلكتروني الذي بدأ الحديث عنه مع إطلاق شركة(Apple) لأول مرة نظام نشر إلكتروني متكامل عام 1985 لتتطور بعدها الامور بسرعة فيتغير معهاأسلوب النشر الصحافي بطريقة جذرية.

وبعد ذلك حدث تطور مهم للغاية تمثل في قيام مواقع الصحف بتوظيف جميع التطورات التي شهدتها تكنولوجيا الإنترنت لصالح الخدمة الصحفية المقدمة، خاصة فيما يتعلق بتكنولوجيا بث ملفات الصوت والفيديو واللقطات الحية عبر الإنترنت بسرعات جيدة، والإمكانات الهائلة التي تحققت في مجال تخزين البيانات ونظم البحث في النصوص والمواد المسموعة والمرئية عبر الإنترنت، والسهولة الشديدة في بناء واستخدام الخدمات التفاعلية على المواقع والتي استخدم الكثير منها بنجاح في مواقع التجارة الإلكترونية ومواقع الترفيه والموسيقى.

وهذا ما جعل المواقع الصحفية تتوسع في تقديم الخدمات التفاعلية الحية، والبحث الشمعي عبر الموقع، فظهرت القصص الإخبارية المتعددة الوسائط، وعمليات النقل المباشر من مواقع الأحداث وإمكانية التواصل الحي بين القراء والصحفيين، وظهرت خدمة استضافة الخبراء على الموقع في حوارات مباشرة وحية واستطلاعات الرأي والملفات المصورة والمسموعة، وغيرها من خدمات المنهج اللاخطي في الصحافة الإلكترونية.

التحديات التي تواجه الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي

رغم المزايا المتعددة للصحافة الإلكترونية والتي أشرنا إليها فيما سبق، فإنها تحمل في طياتها العديد من التحديات، وتتمثل هذه التحديات إجمالاً في ثلاثة أمور، دون أن يعني ذلك الانتقاص من قيمتها، وهي تحديات المحتوى والعمق والمصداقية؛ وكلها قضايا لا يتاح للصحافة الإلكترونية أن تعالجها بسبب السرعة، عكس الصحافة المكتوبة والتي يتعين على المحررين والصحفيين أو كل من يقرر ممارسة الصحافة الإلكترونية أن يكون على وعي بها.

وإذا أردنا أن نشير إلى هذه التحديات تفصيلا-كما ذكرها الباحثون في هذا الميدان، سنجدها تتمثل في ما يلي:

1. تواضع أعداد مستخدمي الإنترنت العرب والذين تصل أعدادهم الى حوالي 14 مليون معظمهم من الشباب.
2. غياب آليات التمويل في مختلف صورها سواء كان تمويلاً ذاتياً أو بصورة إعلانات، حيث ان هناك حالة من انعدام الثقة بين المعلن العربي والانترنت بصفة عامة.

3. نقص المحتوى العربي على شبكة الانترنت وهذا بدوره يؤدي إلى عدم انتشار الصحافة الالكترونية بصورتها الواضحة كما هي الحال في الغرب.
4. استقاء معظم المواد والبرامج الإعلامية من وسائل الإعلام والثقافة في الدول الصناعية أو الواقعة تحت هيمنتها.
5. تدني مستوى التعاون العربي في ميدان التبادل الإعلامي وهو ما يفسح الفرصة لاستمرار التبعية الإعلامية العربية.
6. وجود فجوة في الإمكانات الإعلامية والاتصالية بين دول عربية وأخرى، وتتمثل هذه الفجوة في التوزيع غير المتعادل لتلك الإمكانات.
7. تميز الإعلام العربي بالمركزية الشديدة وخضوعه للسلطة.
8. تركيز الاهتمامات على النواحي الفنية والمعدات (Hardware) وتخصيص اعتمادات سخية لها مع عدم ابلاء اهتمام مواز للطاقات البشرية وتأهيلها وتدريبها في مجالات الإنتاج الإعلامي المتعددة (Software).
9. ضعف الاعتماد العربي الجماعي على الذات في تنمية الإعلام والافتقار الى سياسة عربية قومية في هذا القطاع الحيوي.[45]
10. نقص الخبرة الإعلامية والفنية للقائمين على الصحف الالكترونية.
11. فقدان المهنية للمواقع العربية الإلكترونية.
12. ذهنية النشر الورقي، حيث ان غالبية هذه الصحف لا يتم تحديثها على مدار الساعة بل هي نسخة إلكترونية كربونية للصحيفة التي صدرت في الصباح وما يحدث هو عملية نقل كربوني لأجزاء أو لكل مادة الصحيفة.
13. غياب التخطيط وعدم وضوح الرؤية المتعلقة بمستقبل هذا النوع من الإعلام.

ويثير مستقبل الصحافة المكتوبة ومستقبل الصحافة الإلكترونية التي تزحف على كل المؤسسات الإعلامية، كثيراً من الجدل في العالم، وإذ يتكهن بعض الباحثين[46] بزوال وانهيار مؤسسات صحافية كبيرة وتراجع بعضها الآخر إلى الوراء بسبب تخلفها عن اللحاق بركب الثورة التكنولوجية، ويرى البعض الآخر أن مستقبل الصحافة يكمن في الصحافة الإلكترونية والرقمية.

وكان الباحث الألماني فيليب ماير،من (المعهد الألماني لأبحاث الميديا والاتصالات)، قد أثار عاصفة من الجدل من خلال تقريره المعنون (الصحافة الزائلة) الذي نشره في مجلة (تزايت) الأسبوعية المعروفة، حيث تنبأ بزوال الصحافة المكتوبة (التقليدية) حتى عام 2040 ويتوقع تقلص عدد عمالقة المؤسسات الصحافية في عالم مقبل من المنافسة وحرب البقاء للأصلح.

وعد (ماير) أن الصحافة الورقية الحالية ليست أكثر من مرحلة انتقالية في مستقبل الصحافة المحسوم للصحافة الإلكترونية، وتنبأ كذلك، في ضوء التطورات التقنية الأخيرة، أن تسود في البداية صحف إلكترونية من رقائق إلكترونية تشبه الصحيفة الورقية، ريثما يتم الانتقال تماما إلى شكل لا يمكن التنبؤ به الآن من أشكال الصحافة الإلكترونية.

لكن هناك بعض الآراء المخالفة لرأي ماير والتي ترى انه الخطأ القول بأن الصحافة الالكترونية ستشيع جنازة الورقية معللة ذلك بأن الأزمات الحقيقية التي تعيشها الصحافة الورقية ليست ناجمة كلية عن ضغوط المنافسة مع الالكترونية ولكنها ناجمة في الغالبية الساحقة من الأحيان عن ظروف تتعلق بالصحافة الورقية ذاتها كصناعة عريقة وليس للصحافة الالكترونية دور فيها.

بالإضافة إلى أن للصحافة الورقية الكثير من علامات القوة والصحة فمثلا هناك النموذج الياباني في الصمود الأسطوري للصحافة الورقية (صحيفة يميوري شنبون) صحيفة خاصة توزع 14 مليون نسخة، وأساهي 7 ملايين نسخة.

أما عن التأثير في الصحف العربية فيتضح بصورة جلية، حيث أدت استخدامات الإنترنت في الوطن العربي إلى قيام المستخدم العربي بتلقي اخباره إما من مواقع الصحف والقنوات الإخبارية أو من المنتديات العامة، وهذا ما سيؤدي إلى مشكلة للصحف الورقية، لذلك فإن الصحف الورقية على مفترق طرق، وأمامها خياران:

الخيار الأول: أن لا تقوم بتطوير موقعها على الإنترنت وبذلك فإنها ستفقد شريحة سوقية مهمة وهي شريحة الشباب والتي تحسب الشريحة المستقبلية لها، وخاصة أن أحدث

التقارير أثبتت أن قراءة الأخبار على الإنترنت هو ثالث أكثر خدمة مستخدمة على الإنترنت، ويفارق ضئيل، بعد البريد الإلكتروني والبحث.

والخيار الثاني: هو تطوير موقعها على الإنترنت، ومن المحتمل أن تقع هنا في نقمة أخرى وهي رؤية شريحتها المستقبلية تقوم بزيارة موقعها على الإنترنت بدلا من شراء عدد الصحيفة.

وإن صدقت دراسة أجرتها مايكروسوفت، فإن العالم سيشهد طباعة آخر صحيفة ورقية في عام 2018، ولكن الواقع لا يقول ذلك خاصة في العالم الثالث الذي يعاني من انتشار الفقر وهو ما يحول دون امتلاك أجهزة الكمبيوتر إلى جانب ضعف البيئة الأساسية لشبكات الاتصالات إضافة إلى انتشار الأمية.

ففي ظل ظروف وأوضاع الأمية في العالم العربي والتخلف في المجال الالكتروني، ستبقى الصحافة الورقية، سواء تحول الورقي إلى الالكتروني أو تكامل الدور بين الإثنين، فالصحف في غالبيتها تتكامل مع الانترنت، وبالتالي فلا خطر يتهددها في الوقت الحالي.

وواضح من خلال استعراض الآراء والأبحاث التي أجريت في هذا المجال أن الصحافة الورقية ستظل محتفظة بكينونتها وقوتها وانتشارها شريطة أن تطور من نفسها وتواجه التحديات والثورة التكنولوجية التي لا تتوقف عن إنتاج كل ما هو جديد يوميا.

وفي هذا الصدد يقول أحد الباحثين العرب: إن الصحافة الإلكترونية شهدت في الفترة الماضية، ومازالت تشهد قدراً أكبر من التفاعلية لكنها لن تقضي على الورقية أو تؤثر عليها تأثيراً كبيراً في مصر والمنطقة العربية مثلما هو الحال في أمريكا وأوروبا التي تأثرت فيها الصحف الورقية واهتزت عروشها، لوجود التكنولوجيا منذ فترة كبيرة هناك، وانتشار الإنترنت بين معظم فئات المجتمع على خلاف المنطقة العربية التي تنتشر فيها الفئات التي تقرأ الصحف الورقي أكثر من تلك التي تقرأ الإلكترونية، إضافة إلى أن البنية التحتية للإنترنت والاتصالات عندنا ضعيفة قياساً بأمريكا وأوروبا وتدني الدخول ومستويات المعيشة وكذلك المستوى الثقافي فيما يتعلق بالإنترنت والتكنولوجيا.[47]

إيجابيات الصحافة الإلكترونية

وبرغم هذه الصعوبات والعوائق التي تواجه الصحافة الإلكترونية والسلبيات التي تعترض طريقها إلا أننا في المقابل نستطيع أن نلمس بوضوح الكثير من الإيجابيات والمميزات التي ينفرد بها هذا النوع الوليد وينبئ بمستقبل مبشر ويمكن تلخيصها فيما يلي:

أ. قلة التكلفة المالية التي يتحملها الجمهور مقارنة بالصحافة التقليدية فعن طريق الاشتراك في خدمة الانترنت تستطيع تصفح كافة الصحف والمجلات التي تمتلك مواقعها إلكترونية في حين أنه من الصعوبة بمكان أن تشترك في كافة هذه المطبوعات أو تقتنيها.

ب. ما يميز الصحافة الإلكترونية عامل الوقت فالصحف الإلكترونية بتحديثها المستمر على مدار الساعة، في حين أن الصحافة المطبوعة ومواقعها الإلكترونية يتم تحديثها كل أربع وعشرين ساعة الأمر الذي يجعل الصحافة الإلكترونية تحرق الأخبار كما يقال، أو تجعلها عديمة الفائدة في الجرائد المطبوعة فتصبح عبارة عن أحرف تملأ بها المساحات، فإذا كانت الصحيفة تطبع في تمام الساعة الثانية عشر صباحا مثلا ووقعت حادثة في ساعات الصباح الأولى فحتى تنشره الجريدة يحتاج ليوم كامل الأمر الذي يكون معه الخبر مستهلكا وقديماً في ظل وجود الصحافة الإلكترونية التي تستطيع تغطية الحادث خلال دقائق من وقوعه.

ج. سهولة تعديل المعلومات وتصحيحها وتحديثها بعد النشر.

د. سهولة نقل المعلومة وتداولها وحفظها واسترجاعها وسرعة انتشارها في أسرع وقت ممكن.

هـ. تتمتع الصحافة الإلكترونية بهامش أكبر من الحرية بعيدا عن مقص الرقيب، والحرية الموجودة في هذه الصحف الإلكترونية أكبر من نظيرتها المطبوعة والتي تواجه قيوداً كثيرة لم تقتصر على المادة التحريرية فحسب، فحتى تعليقات القراء على الموقع الإلكتروني تخضع غالباً لمعايير شديدة الرقابة تتنافى مع حرية الإنترنت التي يريدها الجمهور، في حين نجد أن أغلب الصحف الإلكترونية تعطي هامشاً كبيراً من الحرية في التعليقات تصل لحد التصادم والسباب (عند البعض) لزيادة التفاعل والإقبال الجماهيري عليها.

و. إمكانية تضمين الخبر مقاطع صوتية أو لقطات مصورة بالفيديو مما يجعل التغطية أكثر ثراءً وجذباً للقارئ وتعايشاً مع الحدث.

ز. من أهم ما يميز الصحافة الإلكترونية كونها صحافة تفاعلية فبإمكان القارئ التعليق على الخبر فور قراءته، والتواصل مع جمهور القراء ومناقشة الآراء والأفكار، وكذلك بإمكانه إرسال مشاركاته من الأخبار والمقالات ونشرها باسمه الصريح أو المستعار أو عن طريق عمل معرف خاص به يتمكن من خلاله من إضافة تعليقاته ومشاركاته.

ح. توفير أرشيف صحفي ضخم يتيح الحصول على المعلومات بسهولة ويسر من خلال محركات البحث.

ط. عدم حاجة المؤسسات الصحفية إلى مقر واحد ثابت يحتوي كل الكوادر العاملة، فالصحف الإلكترونية اليوم يعمل أغلبها عن طريق المراسلة الإلكترونية.

هذه المعطيات السابقة وغيرها دفعت الخبير الأمريكي في الصحافة الاستقصائية ميمور هيرش للصحافة الإلكترونية إلى تشبيه الصحافة الإلكترونية بالخيول التي انطلقت من زمامها ولا يمكن توقيفها.(48)

غير أنه من المبكر جدا الحكم على هذه التجربة كونها ما تزال تخطو خطواتها ويلخص أحد الباحثين العرب (49) أهم المقترحات والمتطلبات اللازمة لرقي الصحافة الإلكترونية في الدول العربية وتطورها فيما يلي:

أ. إجراء تعديلات على القوانين الخاصة بالنشر والمطبوعات تضمن حماية حرية الرأي والتعبير وحرية النشر والحصول على المعلومات وحرية مناقشة أمور وقضايا حكومية ورسمية، وكذلك إضافة تعديلات تضمن حقوق الملكية والنشر الإلكتروني وإضافة القواعد واللوائح التي تنظمها.

ب. إنشاء اتحادات ونقابات رسمية للعاملين في مجال الصحافة والإعلام الإلكتروني لضمان حقوق العاملين.

ج. الاعتراف بالصحفيين العاملين في الصحافة الإلكترونية وحصولهم على عضويات نقابية في نقابة الصحفيين في بلدانهم وكذلك السماح بانضمامهم لاتحاد الصحفيين العرب.

د. الانفتاح على الانترنت يجب ألا يقتصر دوره وتأثيره على الصحافة المكتوبة بل من المهم جداً أن يشمل كل مكونات الإعلام السمعي البصري لتصبح القنوات الإخبارية

والمحطات التلفزيونية والإذاعية أكثر تنافساً على تصدير خدماتها عن طريق الشبكة العنكبوتية، وقد لاحظنا في السنوات الأخيرة كيف أن بعض القنوات خلقت لها أقساماً أخرى، مختصة فقط بخلق وتسيير مواقع إلكترونية ضخمة تابعة لها، كذلك من المهم جداً الاهتمام بالفئات من ذوي الاحتياجات الخاصة وتخصيص صحف إلكترونية للمكفوفين أو نسخاً من الصحف الحالية.

هـ. إنشاء مؤسسات صحفية أو شركات مساهمة إعلامية تتولى إدارة هذه الصحف الإلكترونية وتنمية مواردها للتغلب على المشكلات المالية والتمويلية التي توجهها وذلك عن طريق طرح فرص استثمارية تجارية والترويج لثقافة الإعلان الالكتروني وعرض مزاياه المختلفة وتعريف المنتجين به وبمزاياه فضلا عن البحث الدائم عن مصادر دعم من بعض المتبرعين المتعاطفين بالتوازي أو الرعاة الرسميين الذين يتماشون مع توجهات الصحيفة وطبيعة الجمهور المستهدف وسياقاتها الثقافية والاجتماعية.

و. الاعتماد على قوة ورصانة المحتويات الفكرية والعلمية واستخدام المنهجية المتعارف عليها في دنيا الصحافة والاعتماد على القوالب الصحفية المعروفة كالخبر والتحقيق والتحليل ومقال الرأي والاستفادة القصوى من تقنية النص والصوت والصورة التي تفتقر إلى وجودها مجتمعة الصحافة التقليدية بنسختها الورقية في استحداث تغطيات جديدة تواكب الحدث لحظة بلحظة.

ز. ضرورة تفرغ العاملين في هذا السلك بصورة كاملة لإنجاز أعمالهم من أجل صناعة صحافة متميزة تكسبهم الاحترام والتقدير من قبل جمهور المتلقين وتنأى بهم عن الاتهامات التي تضعهم في خانة الهواة أو الطارئين أو المتطفلين على المهنة.

ح. لابد من الاستفادة الكاملة من فضاء الحرية الذي يمنحه الجو الالكتروني خصوصا في التعامل مع القضايا السياسية والاجتماعية التي يعد ظهورها على ورق الجرائد العادية من قبيل المحرمات، ومزاوجة هذه الحرية بالمسؤولية التي من شأنها إن تطبع الأطروحات الجريئة بخصائص الاتزان والموضوعية وتقبل الرأي الآخر وتبتعد بها عن حالات التردي والهبوط إلى قيعان الإسفاف والابتذال.

ط. من المهم جداً توخي المعايير المهنية العالمية من أجل صحافة الكترونية أكثر تأثيراً ومن تلك المعايير حداثة الخبر و تحديثه على مدار الساعة وسهولة تعاطي الزائر مع الصحيفة الالكترونية عبر شبكة الانترنت ويمكن حساب درجة التفاعلية بين الوسيلة والجمهور بسهولة ومرونة أكثر من نظيرتها المطبوعة وذلك عن طريق متابعة عدد الزوار من خلال

المواقع التي تعنى بهذا الغرض مثل موقع elexa العالمي فضلاً عن إجراء الاستبيانات والاستطلاعات التي تفيد في تقييم وتقويم موقع الصحيفة من حيث مستوى الإقبال ووجود الخدمات الضرورية المتعلقة بالبحث والأرشفة وتنوع النوافذ وما إلى ذلك من المقاييس التي تحكم على مستوى الالكترونية من حيث التراجع أو الثبات أو التقدم على أشكال بيانية أو متواليات عددية أو هندسية، كذلك يتوجب العناية الفائقة بجودة التصميم وتجديده بين الحين والآخر إذا تطلب الأمر.

الصحافة الإلكترونية والصحافة الزائلة

إذا كانت هناك دعوات وتنبؤات بأندثار الصحف المطبوعة أو كما يسميها البعض (الصحافة الزائلة)، فأن هناك تصورات ضبابية لمستقبل الصحافة، ومدى قدرتها على الاستفادة من ثورة تكنولوجيا الاتصال، ففي مؤتمر عقدته صحيفة (الفايننشيال تايمز) حول مستقبل صناعة الصحف والاثار المحتملة الحديثة، طرحت أفكار كثيرة منها (إنه إذا كانت هناك إمكانية طباعة صحيفة بصورة اقتصادية في 9 أو 10 بلدان في العالم فلن يكون هناك سبب في عدم توقع اليوم الذي نجد فيه أنفسنا قادرين على الطباعة في كل مدينة حيث يوجد قراء، أو حتى في أماكن التوزيع المهمة والمدن والأنفاق والمطارات، بل وفي كل دائرة مهمة أو في المساكن والمنازل وعندما يستلم المشترك الإشارة الإلكترونية تعطيه نسخة مطبوعة من صحيفته اليومية. [50]

وفي التقرير السنوي عن الصحافة الأمريكية، في إطار مشروع التميز في الصحافة (الإعلام) الذي أعده معهد تابع لجامعة كولومبيا بنيويورك، ومولته مؤسسة بيو PEW، تم تحديد ثمانية مجالات تحول في الإعلام الدولي، وبالذات في الإعلام الامريكي بشكل عام والصحافة بشكل خاص[51]:

1. من الملاحظ تنامي المنافذ الإعلامية الإخبارية بشكل كبير خلال السنوات الماضية، يقابله ثبات أو انكماش في حجم الجمهور الإعلامي المفترض ان يتابع هذه القنوات الإعلامية، ويترتب على هذا الوضع تنامي فقدان جمهور هذه الوسائل الإعلامية الإخبارية، وهنا يؤدي بالضرورة الى تقلص الإيرادات المادية من الإعلانات لهذه القنوات، ويمكن من هذه الظاهرة استثناء حالات معينة تنامى فيها جمهور وسائل

الإعلام، وهي وسائل الإعلام الإلكترونية، ووسائل الإعلام ذات التوجهات العرقية، ووسائل الإعلام غير التقليدية.

2. معظم الاستثمارت الإعلامية تقع في الجانب التوزيعي والترويجي، وليس في الجانب المهني المعني بجمع المعلومات وتقارير الأخبار والأحداث، مما ترتب على ذلك تقليص الاهتمام بغرف الأخبار والنشاطات الميدانية للإعلام، حيث تقلصت أعداد الصحافيين وانخفضت المخصصات المادية الموجهة لمثل هذا الغرض، ولا شك أن النتيجة المهمة التي أفرزتها هذه الأوضاع هي انخفاض مستوى النوعية الجيدة والمهنية المطلوبة في أداء الإعلام.

3. معظم وسائل الإعلام – الخبرية بشكل خاص – تركز على المادة الخام في نقلها للإحداث المحلية والدولية بدون أي معالجات مهنية تذكر، وتحولت هذه المواد الخام من مما كانت عليه كمرحلة في دورة مهنية متكاملة، إلى مرحلة نهائية بذاتها بدون جهود لتحسين أو معالجة أو إعادة بناء إعلامي لها، وهذه الحالة هي انعكاس طبيعي للقنوات الأربعة والعشرين ساعة، التي أحالة المادة الحدثية الى مجموعة عناصر متفككة تتسم بالفوضى وعدم التوازن، وبدون أدنى تنسيق زمني او منطقي لهذه الأحداث، وفي بعض القنوات الإخبارية يتم فقط تحديث الأخبار دون إعادة بناء للهيكل العام لهذه الأحداث.

4. اختلفت المعايير الإعلامية بين المؤسسات الإعلامية، وداخل المؤسسة الإعلامية الواحدة، فلم تعد هناك قيم واحدة توجه كل البرامج والمحتويات الإعلامية في المؤسسة الواحدة، واصبح الهدف الذي تسعى إليه المؤسسات الإعلامية هو تقديم أكبر شريحة من القراء أو المستمعين أو المشاهدين إلى المعلن بأي طريقة ممكنة، من خلال مختلف برامجها واقسامها الإعلامية، ولهذا فإن القناة الواحدة قد تبني سياستها البرامجية على مبدأ الحصول على شرائح مختلفة من الجمهور، فقد تغض النظر عن القيم الإخلاقية والمهنية في برامج وترفعها في برامج أخرى من أجل الحصول على هذا التنوع الشرائحي للجمهور، فقد تكون الأخبار ذات طابع ومعيار عالي الجودة، بينما تعمل البرامج الحوارية والجماهيرية على مستوى متدني من القيم والمعايير المهنية، وهذا ما يلغي وجود الهوية الواحدة التي تميز كافة برامج القناة الواحدة، وتصبح هذه القناة بهويات وتوجهات متباينة.

5. معظم المؤسسات الإعلامية تتجه الى رفع ربحيتها ليس من خلال التوجه الى جمهور جديد، ولكن من خلال عدد من الإجراءات التي تتخذها في تقليص كوادرها ومكاتبها وعروبها الميدانيين، وهذه الإجراءات لا تصب في خدمة الأداء المهني لوسائل الإعلام، بل تؤكد انخفاض المستوى المهني لهذه الوسائل.
6. تتسم المرحلة الحالية بالتوجه نحو الإندماج بين وسائل الإعلام، وهذه حقيقة تصبح شبه حتمية في المستقبل، وتحديدا فإن المعركة الأساسية هي مجال الإعلام الإلكتروني، حيث بدأت وسائل الإعلام تتصادم في هذا الموقع، وأصبحت هي منطقة جذب لوسائل الإعلام التقليدية، وبالتالي فإن الحدود التي كانت تفصل بين وسائل الإعلام – المقروءة والمسموعة والمرئية – بدأت تتقلص الى درجة الانتفاء تقريبا في المستقبل المنظور، وجميعها بدأ يتوجه لساحة معركة واحدة هي المنطقة الإلكترونية الجديدة، التي ستبدأ في بناء مفهوم الجمهور الإعلامي الجديد.
7. ربما لا يكون السؤال المهم هو سؤال تقني، بل هو سؤال اقتصادي في محور التحولات الجديدة في الإعلام، فهل التحول الى الإعلام الإلكتروني المعروف بمحدودية ربحيته في الإشتراكات والإيرادات الإعلانية سيضيف النوعية والتنوع المطلوب في مجال جمع المعلومات والإخبار، حيث أن وسائل الإعلام التقليدية قد خفضت مصروفاتها في هذا الجانب؟ المتوقع منطقيا أن وسائل الإعلام الإلكترونية ستؤدي إلى مزيد من التردي في مجال الخدمة الإخبارية بالمستوى المهني المطلوب، لأنه من غير المتوقع ان يتم ضخ مصروفات مادية كبيرة في هذا الجانب.
8. من المسائل المتعلقة بنفوذ القوى المؤثرة في وسائل الإعلام، يمكن ملاحظة أن هذه القوى المؤثرة في الصحافة والجمهور العام تستمر في تأثيرها على مندوبي ومحرري الإعلام، ونتيجة مبدأ العرض والطلب على المعلومات، فيصبح التنافس بين وسائل الإعلام شديدا للحصول على المعلومات، مما يتيح فرصة أن تصبح هذه المصادر الإعلامية قوة مؤثرة على مضامين الإعلام، وقد اشارت عدد من الدراسات لتحليل مضمون قنوات الأربع وعشرين ساعة إلى محدودية المصادر الإخبارية التي تعتمد عليها، مما يجعل التشابه واضحا بين هذه القنوات، وتكون هذه القنوات معرضة لتأثير مصادر معينة دون أخرى.

وأشارت عدد من الدراسات [52] إلى وجود علاقة غير حميمة بين الشباب والصحافة، فقد أشارت كاثي كوبوجران (Cobb-walgren) إلى ان دراسات جمهور الشباب من غير قراء الصحف تشير إلى بعض النتائج المهمة التي تعكس رفض وتذمر من الصحافة التقليدية، وفي دراسة على طلاب الجامعات الأمريكية، اتضح أن:

1. الصحافة لا تأخذ في الإعداد رغبات وتوجهات شرائح الشباب في المجتمع.
2. يرى أن الصحافة لا تقدم مقالات تتناول اهتماماتهم.
3. يتمنون أن تتحول الصحف الى أشكال قريبة من المجلات في حجمها وألوانها.
4. يرون أن الصحف هي موضة بدأ يتقادم بها الزمن.

وذكر ستيف هوينش(Hoenisch) أن هناك توجهات للشباب للإنسحاب من قراءة الصحف، وهناك مفاهيم معينة بدأت تتركز في أذهان الشباب في المدارس والجامعات، وهي انه لم يعد هناك أحد يقرأ الصحف، وليس لديهم الوقت لقراءتها، وتوجد بدائل مثل التلفزيون لمعرفة ما يدور في دوائر اهتمام هؤلاء القراء،وفي هذا الخصوص أشارت الباحثة كاثي كوبوجران (Cobb-walgren) إلى ان الشباب في عمر المراهقة تطورت معهم لا مبالاة عالية تجاه الصحف بشكل خاص، وعزت ذلك الى العوامل التالية:

1. عدم توافر الوقت الكافي لأداء هذه المهمة، وقد أشارت دراسات امريكية الى تردي الإهتمام بالقراءة في المدارس والجامعات، وهذا ما يتطلب أن تتشكل قوالب جديدة لجذب القراء الى الصحف، بمضامين وأشكال حديثة، كأن تكون القصص الإخبارية قصيرة، وسهلة القراءة، وتكون مصحوبة بصور وجرافيكس، وتعتمد على الألوان.
2. التنافس الكبير من التلفزيون، وعندما يكون اتجاه الناس الى الإعلام المرئي، فإن هذا من شأنه فقدان الصحافة لجمهورها، مما يؤدي الى انسحاب المعلنين من الإعلان في الصحافة، وبالتالي إفلاس الصحافة وعدم استمراريتها.
3. تبدل أنماط الحياة في المجتمع الحديث، وتنوع النشاطات في أوقات الفراغ لدى الشباب، حيث تتسم هذه الفترة بتدفق هائل في المعلومات وندرة في الوقت.
4. تقاليد الطقوس من القراءة المنزلية في عطلة نهاية الإسبوع، وقد أشارت استطلاعات هاريس عن العادات الإجتماعية في المجتمع الأمريكي الى انخفاض معدل ساعات

الفراغ لدى الفرد الأمريكي من حوالي 26 ساعة الى 16 ساعة، مما يعني تقلص فرصة الوقت المتاح لقراءة الصحف.

5. الصورة الذهنية عن الصحافة في الأوساط الشبابية، حيث تشير عدد من الدراسات الى تنامي السلبية التي يحملها قراء الصحف عن صحفهم.

ولعل من أهم التحولات في قطاع الصحافة المطبوعة إمكان الاستفادة من (الطريق السريع للمعلومات) حيث تعرض بواسطته اليوم لقرائها (نشرات إلكترونية) على شبكة (الإنترنت)، هذا التحول يشكل تطوراً تقنياً كبيراً لأن تقنيات (الوسائط المتعددة) تمكن الصحفي من إرفاق الرسومات والصور والبيانات المكملة للنص، كما تمكن القارئ من الحصول على أشكال متميزة لصحيفته بفضل إمكان اختيار موضوعات محددة بواسطة (الكلمات المفتاحية)، ويمكن للقارئ أيضاً أن يصل بحسب اهتماماته إلى مصادر معلومات تكمل قراءاته، أو يستطيع أن يتصل مباشرة بكاتب المقال فيطلعه على ردود فعله وتعليقاته أو يتواصل مع قارئ آخر لتبادل الآراء.

وبشكل عام فإن الأقمار الصناعية والشبكة العالمية (الويب) وتكنولوجيا المواتف المحمولة قد خلقت نوعاً جديداً من الصحافة التفاعلية بحيث يشارك المتلقي في تغطية الأخبار وليس فقط كمصدر للمعلومات، فبعد أن صارت جميع أجهزة المحمول بها خاصية التقاط الصور او تسجيل المقاطع الصوتية أوالمرئية (الفيديو)، أصبح مجال الصحافة أكثر حيوية إلا أنه برغم وجود ملايين المدونات والمواقع الإلكترونية، فإن المؤسسات الصحفية سيظل لها رونقها وشعبيتها كمصادر يمكن الوثوق بها لما لها من مصداقية، وإنني أتصور أننا سوف نعتمد في المستقبل على الهاتف المحمول لمعرفة أهم أحداث الساعة وسوف نستخدم شبكة الإنترنت للحصول على تفاصيل أكثر عن الحدث، وما زال أمام التكنولوجيا المزيد والمزيد مما سوف تقدمه لنا في السنوات القليلة المقبلة.

هوامش الفصل الخامس

1. الورق الرقمي يطرح فكرة إلغاء الورق العادي، شبكة النبأ المعلوماتية،انظر:

http://wwwannaba.org

2. يحيى بابعير، نظرة لمستقبل وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية في الزمن الرقمي، موقع العالم الرقمي، بتاريخ 19/ 9/ 2004.
3. عبد الامير الفيصل: الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، دار الشروق، عمّان 2006، ص93.
4. المصدر السابق، ص96.
5. جهاد عبد الله – الدور الحضاري للإنترنت – في كتاب حضارة الحاسوب والانترنت، الكتاب العربي – العدد 40 نيسان– 2000، ص186.
6. أسامة محمود شريف، مستقبل الصحيفة المطبوعة والصحيفة الإلكترونية، بحث مقدم الى الندوة العلمية للمؤتمر العام التاسع لاتحاد الصحفيين العرب، عمّان، تشرين الاول 2000، ص69.
7. فيصل أبوعيشة، الإعلام الإلكتروني، دار أسامة، عمّان- الأردن 2010، ص99.
8. أسامة محمود شريف، مستقبل الصحيفة المطبوعة والصحيفة الإلكترونية، مصدر سابق، ص26.
9. رضا عبد الواجد أمين، الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة 2007، ص93.
10. المصدر السابق: ص95.
11. عبد الأمير الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، مصدر سابق، ص79.
12. فايز عبد الله الشهري، تجربة الصحافة الإلكترونية العربية على شبكة الإنترنت، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة شيفيلد، المملكة المتحدة، 1999، ص118، نقلاً من: عبد الامير الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، مصدر سابق، ص78-79.
13. ماجد تربان، الانترنيت والصحافة الإلكترونية رؤية مستقبلية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة 2008، ص119.

14. محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنيت، عالم الكتب، القاهرة 2007، ص 151-153.
15. مي العبد الله، الاتصال والديمقراطية، دار النهضة العربية، بيروت - لبنان 2005، ص219.
16. ماجد تربان، الإنترنيت والصحافة الإلكترونية رؤية مستقبلية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة 2008، ص129-140.
17. الجورنالجي، نقلا عن، الصحافة الإلكترونية، جمال غيطاس في المؤتمر الرابع للصحفيين، 2005.
18. محمد علي البدوي، دراسات سوسيو إعلامية، دار النهضة العربية، بيروت 2006، ص261-262.
19. لمزيد من المعلومات عن مزايا وخصائص الصحافة الإكترونية أنظر: سهام المؤمن، الوظيفة التفاعلية للأنترنت، رسالة ماجستير غير منشورة، بيروت الجامعة الأمريكية، ص53، والسيد بخيت، الصحافة والإنترنت، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة2000، ص156.
20. موقع منتديات اتحاد كتاب الأنترنت العرب، الإعلام الرقمي، بتاريخ 28/ 11/ 2007.
21. محمد خليل، الصحافة الإلكترونية، أسس بناء الانظمة التطبيقية في التحرير الصحفي، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة 1997، ص33.
22. للمعلومات عن تكنولوجيا المعلومات والإعلام انظر:

نبيل علي، عصر المعلومات، سلسلة عالم المعرفة، العدد 184، المجلس الوطني للثقافة والفنون والاداب، الكويت 1984، ومحمود علم الدين، تكنولوجيا الاتصال في الوطن العربي، مجلة الفكر العربي، العدد 1-2، الكويت 1994، ص 27، وعلاء عبد الرزاق السالمي، تكنولوجيا المعلومات، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان 2000.

23. محمد عارف - تأثير تكنولوجيا الفضاء والكومبيوتر على أجهزة الإعلام العربية - مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، أبوظبي 1997، ص13.

24. عبد الامير الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، مصدر سابق، ص62-64.

25. صلاح الدين طلبه، الثورة الحالية في اساليب الاتصال، عالم الفكر، المجلد الرابع عشر، العدد الرابع، الكويت آذار/ مارس 1984، ص13.

26. تشير البحوث المستقبلية إلى ظاهرة جديدة وهي ما بعد (انترنت1) حيث (انترنت2) أو (الانترنت الجديدة) أو (الشبكة المتكاملة) أو (الساتلنت) التي تبشر بقدرات وصل أطراف متعددة في الوقت نفسه بدلاً من الاتصال بين طرفين وحسب، وعليه نحن مقبلون على تأمين خطوط اتصال واسعة ومتغيرة تخرج نهائيا من الاسلاك وتجعل الشبكة الواحدة شبكات مضاعفة متخصصة بجميع النشاطات الانسانية.

27. أنظر للتفاصيل: عباس مصطفى صادق، صحافة الإنترنت- قواعد النشر الإلكتروني الصحفي الشبكي، الطبعة الأولى، الظفرة للطباعة والنشر، أبو ظبي 2003.

28. أسامة محمود شريف، مستقبل الصحيفة المطبوعة والصحيفةالإلكترونية، مصدرسابق، ص 72.

29. شبكة النبأ المعلوماتية، بتاريخ 24/ 5/ 2006.

30. جعفري كول، مستقبل الإعلام الرقمي في المجتمعات المتقدمة، محاضرة في ندوة مستقبل لصحافة والإعلام الرقمي التي اقامتها جامعة زايد بتاريخ 25/ 11/ 2006.

31. محمود خليل، الصحافة الإلكترونية، اسس بناء الانظمة التطبيقية في التحرير الصحفي، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة 1997، ص85.

32. أحمد محمد القلال: الناشرون ونشر المطبوعات، منشورات جامعة قاريونس - بنغازي 1994، ص 167 _ 168.

33. بلقيس دارغوث،ميردوخ والصحافة الإلكترونيّة، موقع:

http://www.marsad.watan.com

34. جولي بوسمان، الجرائد الأميركية تفقد الإعلانات ورقيا، لتكسبها إلكترونيا، صحيفة الشرق الأوسط، بتاريخ 18/ 6/ 2006.

35. http://www.arab-m.com/modules.php?name=News file=article&sid32

36. بلقيس دارغوث، ميردوخ والصحافة الورقية، مصدر سابق.

37. رحيمة الطيب عيساني، مدخل إلى الإعلام والاتصال، عالم الكتب الحديث – جدارا للكتاب العالمي، عمان – الأردن 2008، ص128.
38. سليمان صالح، ثورة الاتصال وحرية الإعلام، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت 2007، ص307.
39. المصدر السابق، ص308.
40. المصدر السابق، ص309.
41. شريف اللبان، تكنولوجيا الطباعة والنشر الإلكتروني، الطبعة الاولى، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة 1971، ص79.
42. عبد الملك الدناني: الوظيفة الإعلامية لشبكة الأنترنت، دار الراتب الجامعية، بيروت، ص54،.
43. عماد بشير: الصحافة العربية على الأنترنت، متوفر على شبكة الانترنت على العنوان التالي:

http://www.arabcin.net/arabic/5nadweh/pivot_7/arabic_press_internet.tn

44. محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري، العربي للنشر التوزيع، القاهرة 1990، ص117.
45. أنظر للتفاصيل عن نشأة الصحافة العربية الإلكترونية: فيصل أبوعيشة، الإعلام الإلكتروني، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمّان2010، والسيد بخيت، الانترنت وسيلة اتصال جديدة الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية، دار الكتاب الجامعي، العين-الإمارات العربية المتحدة العين-الإمارات العربية المتحدة 2004، ومي ستو، الاتصال في عصر العولمة الدور والتحديات الجديدة، دار النهضة العربية، 2001.
46. انظر للتفاصيل عن مستقبل الصحافة الإلكترونية: عباس مصطفى صادق: التطبيقات التقليدية والمستحدثة للصحافة العربية في الانترنت مؤتمر صحافة الأنترنت في العالم العربي، الواقع والتحديات 22 / 24 نوفمبر 2005م جامعة الشارقة.

فارس حسن شكر المهداوي: صحافة الأنترنت دراسة تحليلية للصحف الإلكترونية المرتبطة بالفضائيات الإخبارية، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال مقدمة إلى مجلس كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك 2007.

47. شريف اللبان: تكنولوجيا الطباعة والنشر الإلكتروني، مصدر سابق، ص85.

48. http://www.okhdood.com/index.php?act=artc&id=4188

49. لطيف القصاب، صحافة إلكترونية جادة، مركز المستقبل للدراسات والبحوث، بتصرف، رابط الموضوع:

http://mcsr.net/activities/051،htmhttp://www.alukah.net/Culture/0/9894/#ixzz1VTrjQBT3

http://www،alukah.net/Culture/0/9894 /

50. http://www.journal-iraq،com/lessons_details.aspx?back=1&articleid

51. The state of news media: An annual report on American journalism, Journalism. Org

أنظر للتفاصيل عن الدراسات الخاصة بالصحافة: علي بن شويل القرني، الاتجاهات الحديثة في الصحافة الدولية من الصحافة التقليدية إلى الإعلامات الشخصية، موقع صحفيون متحدون، 20 تشرين2/ نوفمبر 2010.

الفصل السادس

التسويق الإلكتروني وحروب المال

مقدمة،،،

كان من أخطر آثار العصر الجديد بروز التنافسية (Competitiveness) كحقيقة أساسية تحدد نجاح أو فشل منظمات الأعمال بدرجة غير مسبوقة.

ولم يكن التحول الذي شهده العالم في مختلف المجالات بفعل انتشار التكنولوجيا الرقمية بمنأى عن مهنة التسويق التي شهدت هي الأخرى تغيراً ملحوظاً في طبيعتها ومؤهلاتها وفرص نجاحها، فضلاً عن المشاكل التي قد تعوق إتمامها، فقد تحولت الوظائف التسويقية إلى مفهوم جديد، وباتت تأخذ شكلا أكثر فاعلية مع التكنولوجيا الرقمية، إلا أنها لم تستبعد أو تنكر نظريات التسويق التقليدية، وإنما استطاعت الاستفادة منها في تطوير وإيجاد حلول لمشاكلها وأخرجت ظاهرة جديدة تسمى (التسويق الاليكتروني).

ومن الصعب بمكان لأية منظمة أن تتجاهل المنافسة سواء علي المستوي المحلي أو الدولي، بالأخص مع التوجه المتزايد نحو الخصخصة وتحرير الأسواق وتنامي حجم المنظمات الدولية، وتوسع أنشطتها جغرافياً داخل البلد الواحد أو دولياً، الأمر الذي ترك أثاره علي درجة المنافسة التي تواجهها المنظمات محلياً وإقليمياً ودولياً، حيث يعدان إن التميز والإبتكار من الإستراتيجيات التي يجب أن تتبناها المنظمات لمواجهة المنافسة في بيئة الأعمال.

أن التسويق يعد بمثابة المفتاح الرئيس الذي يحقق أهداف أي مؤسسة، حيث يشمل تحديد احتياجات الأسواق المستهدفة، إضافة إلى الحصول على ضمان فاعلية أكثر في مواجهة المنافسين، وأن معايير التسويق الإلكتروني في أي شركة أو مؤسسة، يتطلب بنية تحتية تقنية، علاوة على حزمة من الأدوات التي تضمن البقاء على اتصال مباشر وفاعل مع الشرائح المستهدفة، مثل البريد الإلكتروني والصفحات ومواقع التواصل الاجتماعية وغيرها.

إن الرواج الواسع الذي تشهده اليوم وسائل الاتصال الاجتماعي شكل نقلة كبيرة في سبل التواصل وتبادل المعلومات بين الأفراد، إذ نتلمس حالياً حالة من الإدمان والتهافت

المتزايد عليها من قبل شرائح المجتمع كافة والقطاعات المختلفة، وإن أكثر ما يؤكد ذلك سعي الشركات المتنامي إلى وضع استراتيجيات عملية للانخراط في هذه الشبكة الاجتماعية، لا سيما من قبل قطاع العلاقات العامة، للتواصل الدائم مع عملائها والإصغاء إلى آرائهم ومتطلباتهم والتركيز على تبادل ومشاركة المعلومات مع الشرائح الأساسية من المجتمع من خلال تبني واستخدام أحدث وآخر ما توصلت إليه قنوات الاتصال الاجتماعي.

وقد ظهر على الساحة أخيراً عاربون جدد لعدد من الشركات لمواجهة عصر الإنفوميديا، وقد تشكلت ملامحهم بالفعل، فقد أخرجت لنا شركات مثل مايكروسوفت **Microsoft** وإنتل **Intel** وآبل **Apple** وسيجا **Sega** وكومباك **Compag** رجال أعمال من أمثال ستيفن جوبز وبيل جيتس.

ويمكن النظر إلى التجارة الإلكترونية كمفهوم لنشر وترويج السلع أو الخدمات وبيعها على شبكة الإنترنت، وعلى أخذ التميز الذي تحظى به البيئة الرقمية للإنترنت فإننا في حاجة ماسة بالتأكيد إلى وسائل وطرق رقمية أيضاً للترويج لهذه السلع ونشرها على الشبكة بداية من تأسيس المتجر الإلكتروني المتمثل في الموقع الإلكتروني وإنتهاء بقبول طلبات الزبائن الراغبين في شراء هذه السلع أو الخدمات، وفي قراءة سريعة لبيئة التسويق الإلكتروني والبيئة التقليدية نجد ذلك التلاقي في المكونات والأفكار بحيث تسيران معاً في خط متواز في حين يكمن الإختلاف في الأسلوب أو الطريقة التي تتم بها عملية التسويق والنشر، ومن هنا انعكست بعض نماذج التجارة التقليدية ومفاهيمها على التجارة الإلكترونية.

وتمثل تقنية الإتصالات والمعلومات الركيزة الأساسية لإقتصاد المجتمع الحديث، إقتصاد المعرفة، وتقتضي ظروف العصر الحالية المتسارعة جهوداً أكبر في إنجاز الأعمال ذات المتطلبات الكثيرة وفي وقت أقصر واقتناص الفرص من دون تردد، وتشير التجارب السابقة لكثير من الدول التي لها السبق في هذا المجال إلى أن الإستفادة من التقنيات الرقمية الحديثة وتطبيقاتها وتبنيها واحدة من البنى الأساسية الرئيسة في جميع أعمال المؤسسات أدت إلى ظهور أساليب حديثة ومعايير متطورة لإدارة الأعمال بطرق مختلفة عن تلك الطرق التقليدية المتبعة، وتطلب ذلك وجود قيادات إدارية واعية ذات نظرة شمولية قادرة على أخذ زمام المبادرة ومواكبة التطورات المختلفة في بيئة العمل التي تفرضها هذه التقنيات الرقمية

ومواجهة تحدياتها، ولعل هذا ما حدا بالدول الصناعية المتقدمة وحتى النامية منها باستثمار مبالغ كبيرة في إنشاء البنى الأساسية الضرورية لتسهيل إستخدام التقنيات الرقمية وأهم هذه البنى هي الاتصالات مثل تقنيات الألياف الضوئية والشبكات الالكترونية، وزيادة على ذلك قامت هذه الدول بإنشاء أجهزة ومؤسسات متخصصة للإشراف على تنفيذ هذه المشاريع.

تقنيات التسويق

إن الإيقاع المتسارع في التطور في مجال التقنيات الحديثة ساعد على تهاوي القناعات الثابتة والعادات المتأصلة القديمة في إدارة الأعمال أمام هذا الزحف التقني، واضطر أصحابها أو الشبكات الداخلية (PC) المؤمنون بها إلى إدخال تغييرات جذرية فيها، وما جهاز الحاسوب إلا مثالان فرضاً نفسيهما على الواقع وأصبحا لاغنى عنهما في إدارة أعمال المؤسسات (LAN) والشركات التي تبحث عن جودة الإنتاجية والاداء الجيد في الإدارة وتوفير النفقات وهذه هي العناصر الايجابية لتطبيق الإدارة الالكترونية في أي بيئة عمل.

وأصبح من الضرورة بمكان الإهتمام باستخدام هذه التقنيات الحديثة التي تساعد وتعمل على تحقيق الأهداف وضمان إستمرار هذه المؤسسات في اداء اعمال متميزة خاصة مع ازدياد المنافسة وزيادة وعي المستهلك والمواطن بأهمية الجودة في الإنتاج والسرعة في الإنجاز، وكذلك وعي المؤسسات بقلة الموارد المالية المتاحة، وهذا ما أستدعى تغيير المفاهيم السائدة في إدارة أعمال المؤسسات لمواكبة تطورات العصر المتسارعة على مختلف الصعد، مما ساعد على ظهور وسائلُ وأساليبُ إداريةُ جديدة.

ومع ضخامة الإنجازات العلمية والنفسية الاجتماعية والمعلوماتية التي حققتها مدارس الفكر الإداري من أجل تهيئة السبل لممارسة التخطيط والتنظيم والتوجيه والرقابة على مستوى المشروع أو التنظيم، ازدات الحاجة الى إكتساب مزيد من الخبرات والمهارات الضرورية لقطاعات الأعمال المختلفة، ويدخل في نطاق الخبرة الإدارية استخدام الحاسوب أو بعض الأجهزة المكتبية الإلكترونية من أجل تحقيق أحسن النتائج في أقصر وقت، ولا سيما في مجال حساب التكلفة أو التخطيط أو إعداد جدول الإنتاج وتتبّع نتائجه واستخدام وسائل النقل وغيرها.

وبدون شك فأن التطورات التكنولوجية المتسارعة التي تشهدها مختلف مناحي الحياة، ومنها تقنية المعلومات والاتصالات أدى إستخدامها الى تطوير الأعمال و تحسين مستوى الأداء، ومن مظاهر هذا التطور دخول تقنية الإتصالات والمعلومات الحديثة في قطاعات العمل المختلفة، وظهور ما تسمى الإدارة الالكترونية و مكننة العمل الاداري.[1]

إن جيلاً جديداً من تكنولوجيا المعلومات – متعلقة بالأبنية –، المعروفة بطرق متنوعة كتكنولوجيا خدمات (Web) أو أبنية الخدمة الموزعة -- يمكن أن تساعد المديرين لمواجهة هذه التحديات، خلافاً للجيل الأوّل من شبكة المعلومات (Web) الذي كان مركزاً على إتصال الناس مع مواقع شبكة المعلومات (Web)، فإن تكنولوجيا خدمات شبكة المعلومات (Web) تؤمن الإتصالات عبر تطبيقات ومعطيات دون تدخل بشري، أكثر من مجرد إستثمار تكنولوجيا معلومات آخر، فإنّ هذا الجيل اللاحق من تكنولوجيا المعلومات يمكن أن يكون محفزاً من أجل فحص دقيق لتفكير الإدارة، وغالباً ما تكون خدمات شبكة المعلومات (Web) مشوشة بمزودات خدمة التطبيق (ASPS) التي تستخدم نموذج تسعير (إيجاري) وتوزيع خدمات تشاركية كي تجعل برامج التطبيق التقليدية متاحة لنطاق أوسع من الزبائن، مع أن خدمات شبكة المعلومات (Web) متاحة للمستخدمين بوصفها خدمات تشاركية، فإنّها تستطيع أن تحل كثيراً من المشكلات المترافقة مع (ASPS) وعلى وجه الخصوص الصعوبات في توزيع الخدمة التي يسببها الاعتماد على تكنولوجيا البرمجة التقليدية جداً، وتمثل تكنولوجيا الخدمات خطوة رئيسة إلى الأمام في المساعي المستمرة لإنتاج قيمة أعمال من تكنولوجيا المعلومات، إنّها لا تستلزم إزالة البنى التحتية لتكنولوجيا المعلومات الشاملة التي راكمتها الشركات على مدى عقود، وبدلاً من ذلك، فإنّها تقدم غطاءً يمكن أن يربط منصات تكنولوجيا المعلومات بسرعة أكبر وبتكلفة أكثر فاعلية مما استطاعت تقديمه الأجيال السابقة من التكنولوجيا،إنّ غطاء توصيل من هذا القبيل يقلص فعلياً تكاليف تشغيل وتطوير تكنولوجيا المعلومات ولكن ذلك فقط جزء صغير من فائدة تكنولوجيا خدمة (Web).[2]

وفي مسعى لدمج كل أنظمتها للمعلومات التي تمتلكها الخاصة والمتباينة، فإنّ كثيراً من الشركات الكبيرة استثمرت مبالغ ضخمة جداً من الأموال في السنوات القليلة الماضية في أنظمة تخطيط – موارد – مشروعات ضخمة ومعقدة (ERPs)، تقدم هذه الأنظمة

مجموعات من التطبيقات المتصل بعضها ببعض التي تؤدي إلى قاعدة بيانات موحدة وتحل بعض المشكلات ولكن معظم الشركات لا تزال تستخدم خليطاً من مئات الأنظمة المتضاربة.

ويوجد ثلاث طبقات من التكنولوجيات في العمل:

الأولى: عند الأساس توجد معايير البرمجة وبروتوكولات الإتصال مثل (SOAP and XML) التي تسمح للمعلومات أن تكون متبادلة بسهولة بين التطبيقات المختلفة، هذه الأدوات توفر اللغات الشائعة لخدمات (Web) وهكذا تستطيع التطبيقات أن ترتبط بحرّية وتقرأ الرسائل الإلكترونية، وهذا يعني أنّ إدارة المعلومات منظمة دراماتيكياً بمعنى أن قسم تكنولوجيا المعلومات لا يجب عليه أن يكتب شفرة مصنعة وفقاً لطلب الزبون كلما كان الإتصال مع تطبيق جديد ضرورياً.

الثانية: الطبقة الوسطى من البناء وهي شبكة الخدمة التي تعتمد على البروتوكولات والمعايير، مثل شبكة القدرة الكهربائية، فإن شبكة الخدمة توفر مجموعة من الفوائد التشاركية، من الأمن إلى تدقيق طرف ثالث إلى إعداد فاتورة إلى الدفع، وذلك يجعل من الممكن تنفيذ وظائف الأعمال، والصفقات عبر الإنترنت، بالإضافة إلى ذلك، فإن شبكة الخدمة تشمل مجموعة من الفوائد عادة توفرها وتديرها أطراف ثالثة، الأمر الذي يسهِّل نقل الرسالة (مثل الإرسال والتصفية) وممّاثل الخدمات المتاحة (مثل الأدلة والسماسرة) وتأكيد الموثوقية والتماسك والثبات.

الثالثة: الطبقة العليا من البناء تشتمل على مجال متنوع من خدمات التطبيقات من معالجة بطاقات الائتمان إلى جَدْوَلة الإنتاج، هذه الطبقة ستكون يوماً بعد يوم مرئية على نحو أكبر للزبائن والموظفين، بعض خدمات التطبيق ستكون ملكاً خاصاً لشركة خاصة أو مجموعة من الشركات، في حين أن بعضها الآخر ستكون تشاركية بين كل الشركات في بعض الحالات، وقد تطور الشركات خدماتها التطبيقية الخاصة وعندئذ تختار أن تبيعها على أساس اكتتاب لمؤسسات أخرى.(3)

عصر الإدارة الالكترونية

الإدارة الالكترونية هي منظومة الكترونية متكاملة تعتمد على تقنيات الاتصالات والمعلومات لتحويل العمل الإداري اليدوي إلى أعمال تنفذ بوساطة التقنيات الرقمية الحديثة، اما المكتب الالكتروني وهو المكان الذي تؤدي فيه الأعمال، وتنفذ بوساطة ثلاثة عناصر رئيسة: جهاز الحاسوب، الشبكة الداخلية، شبكة الانترنت، ويدير هذه المواقع أو المكاتب فريق بشري مؤهل فنياً يتسم بالكفاءة العالية وسرعة الإنجاز والجودة في التنفيذ.

ومن الأهداف المتوخاة من تطبيق الإدارة الإلكترونية:

1. إستخدام التقنيات الرقمية الحديثة من حلول وأنظمة التي من شأنها تطوير العمل الإداري وبالتالي رفع كفاءة وانتاجية الموظف وخلق جيل جديد من الكوادر الكفؤ.
2. القضاء على البيروقراطية وتعقيدات العمل اليومية.
3. توفير المعلومات والبيانات لأصحاب القرار بالسرعة وفي الوقت المناسبين ورفع مستوى العملية الرقابية.
4. توفر التقنيات المتطورة في المؤسسات ذات العلاقة من تحسين الانتعاش الاقتصادي وجذب الاستثمار.
5. تقليل تكاليف التشغيل من خلال خفض كميات الملفات والخزائن لحفظها وكميات الأوراق المستخدمة والانجاز السريع للمعاملة.
6. تواصل أفضل وارتباط أكبر بين إدارات المؤسسة الواحدة من شأنه تقديم خدمات أفضل ورفع مستوى الإداء.
7. تحسين فعالية الأداء واتخاذ القرار من خلال إتاحة المعلومات والبيانات، وتسهيل الحصول عليها من خلال نشرها على الشبكة الداخلية وامكان الحصول عليها بأقل جهود من خلال وسائل البحث الآلية المتوفرة.
8. المرونة في عمل الموظف بحيث يمكن للموظف الدخول بسهولة إلى الشبكة الداخلية من أي مكان للقيام بالعمل في الوقت والمكان الذي يرغب بهما، فأصبح المكتب باستخدام تطبيقات الإدارة الالكترونية ليس له حدود، ويمكن أن يكون من البيت والشارع والمطار... الخ).

9. سهولة عقد الاجتماعات عن بعد جغرافيا بين الإدارات المتباعدة(Video Conferencing).
10. سهولة وسرعة وصول التعليمات والمعاملات الإدارية للموظفين والزبائن والمراجعين.
11. سهولة إنهاء معاملات المراجعين من خلال جهة واحدة تقوم بهذه المهمة بالإنابة عن الدوائر الأخرى(الخطة الواحدة).
12. سهولة تخزين وحفظ البيانات والمعلومات وحمايتها من الكوارث والعوامل الطبيعية من خلال الاحتفاظ بالنسخ الاحتياطية في أماكن خارج حدود المؤسسة وهو ما يعرف بنظام التحوط من الكوارث (DRS).

وخلاصة القول، إن الإستثمار في تقنية الاتصالات والمعلومات وإستخدامها عنصرٌ أساسي لضمان نجاح عمل المؤسسة وتطوره في عصرنا الحاضر، إذ أصبحت مكننة العمل المكتبي من عوامل زيادة الإنتاجية والفعالية في الأداء ورفع الكفاءة وحسن مراقبة سير المعاملات وتوفير النفقات في المؤسسات والشركات.[4]

إدارة التسويق الإلكتروني

إن توظيف التسويق الإلكتروني ساهم في إنطلاق التسويق الإلكتروني في العالم بسرعة مذهلة خاصة وأن تكلفته منخفضة، وهناك فرصة لإزدياد قدرته على توسيع السوق، حيث تم تأسيس آلاف الشركات المتخصصة في التسويق الإلكتروني، وهذه الطريقة من التسويق أتاحت للعملاء الحصول على المعلومات المطلوبة في شتى المجالات، ولأغراض متعددة والحصول على إحتياجاتهم من منتوجات الشركات العالمية، بغض النظر عن موقع الشركة، حيث أن الشبكة العالمية للإنترنت قد أزالت الحواجز والحدود الجغرافية.

وهناك العديد من المصطلحات المختلفة للتسويق على الإنترنت، بما فيها تسويق المواقع، التسويق على الإنترنت، التسويق عبر محركات البحث أو التسويق الإلكتروني، ولكن جميع هذه المصطلحات تحمل المعنى نفسه.

وتطلق عبارة التسويق الالكتروني على أي طريقة تسويق تستخدم الإنترنت للتواصل مع جمهور معين، تسويق المنتجات والخدمات، أو زيادة نمو الأعمال التجارية وتطورها.

وتعددت أساليب التسويق واختلفت وتطورت مع التطور التكنولوجي لتصبح أفضل مما كانت عليه طرق التسويق التقليدية في عرض الرسالة الترويجية للزبون المستهدف، وهو الوسيلة الحديثة التي تربط وسائل الاتصال التكنولوجية الحديثة بما تم تطبيقه من وسائل تسويقية في تاريخ التسويق القديم ولكن بطابع جديد وأكثر كفاءة وفعالية.

وللتسويق تعاريف عديدة أبرزها:

1. يتكون التسويق من (كافة الانشطه المصممة لتوليد وتسهيل أي عملية تبادل تستهدف إشباع الحاجات والرغبات الإنسانية).[5]
2. التسويق هو تلك العملية الاجتماعية التي من خلالها يستطيع الأفراد والجماعات الحصول على احتياجاتهم ورغباتهم من خلال خلق وتبادل المنتجات والقيمة المقابلة لها).[6]
3. التسويق هو (عملية تنطوي على التخطيط والتنفيذ لمفاهيم المنتج والتسعير والترويج والتوزيع المتعلقة بالأفكار أو السلع أو الخدمات لإيجاد عملية تبادل والتي تساعد على تحقيق أهداف الأفراد والمنظمات)[7].
4. التسويق هو (خلق وتسليم مستوى المعيشة للمجتمع). [8]
5. أما المفهوم التقليدي للتسويق فهو(ذلك النشاط الذي يعمل على تدفق السلع والخدمات من المنتج إلى المستهلك).[9]

ويمكن خلاصة تعريف شامل بأنه(نظام من انشطة الاعمال المتكاملة مع بعضها البعض، تؤدى بواسطة الأفراد والمنظمات تستهدف تخطيط وتسعير وترويج وتوزيع السلع والخدمات على العملاء الحاليين والمرتقبين، وتطبيق لقواعد وفنون التسويق عن طريق استخدام وسيلة إعلام الكترونية والتي عادة ما تتمثل بالشبكة العنكبوتية (الإنترنت)، بهدف إشباع رغبات ومتطلبات المستهلكين).

ويتميز التعريف المقترح بشموليته من ناحية الاهداف والوظائف المرتبطة بالعصر الرقمي ومتطلبات السوق، فالتسويق لا يقتصر على السلع المادية الملموسة، وإنما يمتد ليشمل الخدمات غير الملموسة والأفكار والأماكن والأشخاص، ولا يمارس فقط بواسطة منظمات الأعمال التي تهدف إلى تحقيق الربح، بل أنه يمارس كذلك بواسطة المنظمات التي لا تهدف إلى تحقيق الربحية مثل المؤسسات الحكومية، كما يتضمن العديد من الانشطة والتي تشمل بحوث التسويق، وتصميم المنتجات، والتسعير، والتوزيع، والترويج وإدارة النشاط التسويقي وغيرها من الانشطة الأخرى، إضافة الى أنه يهدف إلى تسهيل والإسراع بعمليات المبادلة في السوق، مما يعني بأن استخدام الانترنيت وتحويل النمط التقليدي للتسويق إلى الكتروني يعطي جدوى أكبر وسعة للسوق المستهدفة وعبور الحدود الإقليمية والمشاركة الجادة بالمنتج الوطني على المستوى العالمي.

إن عملية التسويق الحديثة سواء تحت مسمى التسويق عبر الإنترنت (Internet Marketing) أو التسويق المباشر(Online Marketing) اللذان يعدان رديفان للتسويق الالكتروني، حيث تعد إحدى الوسائل البالغة الأهمية في إشهار العمل التجاري ومنتجاته لتصل إلى الملايين من المهتمين بسرعة كبيرة إذا اتبعت الإستراتيجية المناسبة للتسويق وذلك عن طريق استخدام أدوات التسويق المتعددة منها البريد الإلكتروني، النشرات الدورية، الإعلانات في المواقع ومحركات البحث المختلفة وغيرها من الوسائل التي يتم استحداثها بشكل مستمر وسريع.

والملاحظ أن فكرة استخدام الإنترنيت بدأت كوسيلة إعلانية وتسويقية في عام 1994، حيث لاحظ المعنيين في هذا المجال أزدياد عدد مستخدمي الانترنيت مما يجعل الانترنيت وسيله إعلانيه وتسويقية ناجحة، وفي عام 1996 وصل حجم الإنفاق الإعلاني على شبكة الانترنيت ما بين 500 إلى 700 مليون دولار، مما يعني أن الشركات اندفعت بشكل قوي جداً للإعلان عبر الانترنيت،أما في العام 1997 فقد وصل حجم الإنفاق إلى بليون دولار أمريكي، مما يوضح أن التزايد في الإنفاق على إعلانات الإنترنيت في تزايد كبير جداً.[(10)]

ويوضح فيليب كوتلر رائد التسويق الحديث في كتابه (إدارة التسويق) عناصر مهمة في التسويق في القرن الحادي والعشرين من أهمها:- قاعدة بيانات للعملاء تشمل معلومات

كثيرة عن عملاؤها وما يفضلونه على أساس فردي، واكتساب عملاء جدد، لذلك ينبغي المحافظة عليهم عن طريق رعاية واهتمام أكثر، هدايا للعملاء الأكثر قيمة، تهنئة في المناسبات، عروض خاصة، وتحول الشركة من منظور التداول إلى منظور بناء ولاء العميل بنسبة 60٪ - مما يعني أن تعطي الشركة 60٪ من مهماتها لشركات وأفراد خارج الشركة ليقوموا بتنفيذها بما يوفر على الشركة الكثير من النفقات، إضافة الى البيع والتسويق والحصول على المعلومات عن طريق الوسائل الحديثة – التسويق الإلكتروني–، والوصول إلى الأسواق التي تريدها بشكل أسهل.

ولهذا لا يعد التسويق وظيفة مستقلة في المنظمة (الشركة)، بل هو جزء من كل وظائفها.... إنه رؤية منتجات المنظمة من وجهة نظر الزبون. [11]

ويري العالم(كوتلر) انه يمكن تصنيف التسويق الذي تمارسه المنظمات إلى ثلاثة أنواع رئيسية وهي:[12]

1. التسويق الخارجي **External Marketing**: مرتبط بوظائف التسويق التقليدية كتصميم وتنفيذ المزيج التسويقي (المنتج- السعر- التوزيع- الترويج).
2. التسويق الداخلي **Internal Marketing**: وهو مرتبط بالعاملين داخل المنظمة حيث أنه يجب على المنظمة أن تتبع سياسات فعالة لتدريب وتحفيز العاملين لديها للإتصال الجيد بالعملاء، ودعم العاملين للعمل كفريق يسعي لإرضاء حاجات ورغبات العملاء.
3. التسويق التفاعلي **Interactive Marketing**: وهو مرتبط بفكرة أن جودة الخدمات والسلع المقدمة للعملاء تعتمد بشكل أساسي ومكثف على جودة التفاعل والعلاقة بين البائع والمشتري.

ومفهوم التسويق الإلكتروني لا يختلف عن المفاهيم الأخرى للتسويق إلا فيما يتعلق بوسيلة الإتصال بالعملاء، حيث يعتمد التسويق الإلكتروني على شبكة الإنترنت كوسيلة إتصال سريعة وسهلة وأقل تكلفة، اي أنه يعتمد بشكل أساسي على الإنترنت (Internet Based Marketing) في ممارسة كافة الأنشطة التسويقية كالإعلان، البيع، التوزيع، بحوث التسويق، تصميم المنتوجات الجديدة، التسعير وغيرها.

وتتحقق من خلال الإنترنت ثلاث وظائف وهي(الإتصال، جمع المعلومات، التسويق)، وهي وسيلة تسويق جديدة مليئة بالوعود المستقبلية، ويمكن التسويق عبر الإنترنت من خلال شبكة الويب العالمية (World Wide Webe) ومن خلال المجموعات الإخبارية (news groups).

كما إنها أيضاً وسيلة توصيل بين حاسبين أو أكثر من أجل تبادل المعلومات، ويمكن أن تكون الشبكة محلية (lan) أو على مستوى الدولة أو عبر الحدود (wan).

وتوفر شبكة الإنترنت تطبيقين رئيسين هما:-

1) البريد الإلكتروني E- mail.
2) المعلومات الإلكترونية.

حيث يمكن إرسال المعلومات عن المنتوجات والخدمات وإجراء أبحاث السوق ودراسة أوضاع المنافسين ومراسلة العملاء، لذلك فهي وسيلة أسرع وأبسط وأقل تكلفة من أي وسيلة إتصال اخرى.

الاستثمار الرقمي

وإذا تم تطبيق التسويق الإلكتروني بشكل فعال عن طريق إتباع استراتيجية مدروسة فإن العائد على الاستثمار منه يفوق بكثير نظيره من التسويق التقليدي، وهذا يرجع للأسباب التالية:

1. سهولة الانتشار والوصول، فالتعامل مع قاعدة الإنترنت الإلكترونية تساعد وبشكل فعال على ترويج البضائع والخدمات بسرعة كبيرة مقارنة مع الطريقة التقليدية للتسويق، فلقد كانت عملية التسويق القديمة مكلفة جداً لتصل في النهاية إلى عدد محدود من الأشخاص، ليصبح التسويق الإلكتروني اليوم أقل كلفة بالإضافة إلى إمكانية وصوله إلى العالم بأسره بسرعة ويسر ودون التقيد بحدود جغرافية ووقت زمني محدد.

2. التسويق الإلكتروني يفتح المجال أمام الشركات بالوصول إلى الفئة المستهدفة من الزبائن بطرق متعددة وكثيرة يستطيعون عن طريقها عرض قاعدة متنوعة ومتعددة من المنتجات والسلع والخدمات، إضافة إلى ذلك تعد عملية التسويق الإلكتروني من عدة عمليات إدارية وحيوية هامة ومكملة مثل إدارة المعلومات وإدارة علاقات الزبائن وخدمات المستهلك والتي تساهم مجتمعة في سهولة الوصول إلى الزبون واتخاذ القرار المناسب رجوعاً إلى قاعدة العملاء المتوفرة.
3. تساهم عملية التسويق عبر الإنترنت في تسهيل عملية التواصل بين الشركة والزبائن عن طريق قنوات الاتصال الثنائية، حيث تتوفر العديد من طرق التواصل ما بين الشركة والزبون مثل (البريد الالكتروني، أخبار الشركة الدورية، غرف المحادثة الخاصة وغيرها) كلها مجتمعة تساهم في تسجيل آراء واقتراحات العملاء في قاعدة بيانات كبيرة تساعد الشركة على اتخاذ القرارات رجوعاً للتقارير المستخرجة من قاعدة البيانات، وهذا بدوره يساعد وبشكل فعال على تطوير العمل والمنتج وتحديث الخدمات التي تزيد من رضا وتوفير احتياجات العمل وتوسيع مجالاته وبالتالي تزيد من قاعدة العملاء وتعظيم الأرباح.
4. عالم الأعمال الإلكتروني يعمل كخلية نشطة دون توقف، فطبيعته تتصف بالتواجد مما يعني أن العمليات الإلكترونية لا يحدها الوقت فهي فعالة ومستمرة، وهذه الطبيعة عادة ما تخدم عملية التسويق الإلكتروني لتصل إلى أوجها طيلة أيام الأسبوع، لتتنوع بذلك عملية الترويج وتتشعب لتنتج عنها قاعدة واسعة من الزبائن المتجددون بشكل مستمر.
5. التسويق عبر الانترنت يتيح اختيار الطرق أو الحملات الدعائية التي يمكن أن تجذب الزبائن كونها ممتعة ومتعددة الوسائط منها ما يحتوي على صوت وصورة، وعمليات تفاعلية كالألعاب والألغاز خاصة بالشركة، حيث تقوم بدورها باستقطاب الزبائن وعرض المنتجات عليهم بأسلوب فني ومميز مما يساعد على تميز السلعة أو الخدمة عن المنافسين في المجال نفسه.
6. التسويق المباشر يتميز بسرعة التحويل في تفاعل الزبون، فلا يفصل الزبون عن عملية تصفح المنتج أو السلعة أو الخدمة وطلبها إلا نقرات قليلة في فأرة الحاسوب أو لوحة المفاتيح حتى تتم العملية على أتم وجه وفي سرعة منافسة جدا للعملية التسويق التقليدية.

وتبرز أهمية التسويق في الوقت الحالي إلى المنافسة العالمية العالية على السلع والمنتجات، فإتباع طرق ترويجية مدروسة بشكل جيد قد تدخل الأعمال الجديدة والمبتدئة في منافسة حقيقية مع كبريات الشركات العالمية في نفس المجال.[1]

وبناء على هذا المفهوم، انطلق قطاع التسويق الإلكتروني في العالم بسرعة مذهلة خاصة في انخفاض تكلفته وازدياد قدرته على توسيع السوق، حيث تم تأسيس آلاف الشركات المتخصصة في التسويق الإلكتروني، وأصبح هناك ملايين الوسائل الإلكترونية التي تتجول يوميا في الشبكة، تتضمن تحفيزات ونصائح لزبائن محتملين، وتؤكد الدراسات أن التسويق الإلكتروني يؤدي إلى توسيع الأسواق وزيادة الحصة السوقية للشركات بنسب تتراوح بين 3 إلى 22% بسبب الانتشار العالمي.

كما يتيح هذا النوع من التسويق للعملاء الحصول على احتياجاتهم والاختيار من بين منتجات الشركات العالمية بغض النظر عن مواقعهم الجغرافية، خاصة أن هذا النوع من التسويق لا يعترف بالفواصل والحدود الجغرافية.

ومن هنا بدأت تظهر وظائف خاصة بالتسويق الإلكتروني أو الـ(أون لاين) التي عادة إما أن تكون أحد قطاعات مواقع الويب أو شركة متخصصة لهذا الغرض، ويضم التسويق الالكتروني وظائف متنوعة لها مهام مختلفة؛ فهناك وظيفة الاتصال وإقامة علاقات مستمرة مع العملاء، ووظيفة البيع الإلكتروني، ووظيفة توفير محتوى أو مضمون عن أشياء معينة، ووظيفة توفير شبكة أعمال.

ووفقاً لمواقع شركات التسويق الإلكتروني، فهناك خدمات تقدمها للعملاء، ومنها التسويق البريدي الإلكتروني، ويتم خلاله عرض الخدمة والمنتج عن طريق رسائل الإيميل للجمهور، وتقديم حلول واستشارات في تصميم الرسائل، ومحتواها، وطريقة تقديمها، وإرسالها إلى زبائن محتملين عبر شبكة الإنترنت، كما تعرض حلولاً للتحليل والإحصاء، بخصوص نتائج الحملة الدعائية بالبريد الإلكتروني.

كما توفر أيضا هذه الشركات حلولا للإعلان الإلكتروني على مواقع الويب، وتضمن متابعة لنتائج الحملة الدعائية وسيرها، بالإضافة إلى ذلك توفر الفهرسة في محركات

البحث أي ظهور موقع الشركة على محركات البحث، حال قيام زوارها بطلب معلومات أو خدمات تخص نشاطها، واحتلال اسم شركة مرتبة هامة بين الزخم الهائل من المواقع، وهو أكثر الطرق نجاعة لجلب زوار للموقع.[14]

وتحسب محركات البحث أحد الأعمدة الرئيسية في مجال التسويق الإلكتروني بحيث لا يمكن بأي حال من الأحوال تجاهلها عند التفكير في الترويج لأي منتج أو سلعة أو خدمة على شبكة الإنترنت، ويمكن أن نرد ذلك إلى سببين رئيسين:

السبب الأول: هو مجانية التعامل مع العديد من محركات البحث مثل Google وYahoo وMSN وغيرها بحيث يمكن لهذه المحركات أن تقوم بفهرسة الموقع بسهولة من خلال تقنيات سيأتي ذكرها وتوضيحها لاحقاً.

السبب الثاني: (وربما كان الأهم) فهو مرجعية هذه المحركات وشهرتها وكونها أداة رئيسية للبحث عبر شبكة المعلومات الدولية سواء من خلال تقديمها لخدمة البحث والفهرسة أو للعديد من الخدمات الأخرى التي تقدمها لمتصفحي الشبكة ولعل أشهر مثال على ذلك هو محرك البحث Google وقائمة الخدمات الطويلة والضخمة التي يقدمها مثل خدمات البحث عن الصور وتحديثات الأخبار والبحث في ملفات الصوت والفيديو وخدمات مديري المواقع وغير ذلك مما يجعل من محرك البحث هذا وغيره مصدر مهم من مصادر الإشهار والحصول على عداد لا متناهي من الزوار لأي موقع، وبذلك تحصل على انتشار اوسع للتسويق الالكتروني والحصول على ترويج أكبر للمنتجات والخدمات.[15]

أن التسويق التقليدي ستدخل عليه عوامل تطويريه إلا وهي سرعة الاتصال بالعملاء وتوسع الرقعة الجغرافية للمنتج وبالتالي زيادة في الطاقة الإنتاجية، وخضوع المنتج لمقاييس الجودة العالمية، ورقي خدمة ما بعد البيع، وعلى المنشآت التوسع بخططها الانتاجية وتطويرها بحسب سلوك وذوق المستهلك العالمي، والمستهلك المحلي الذي سيتغير بكثرة العروض والمنافسة العالمية التي سببها دخول الدول العربية إلى منظمة التجارة العالمية، حيث ستتغير وسائل الإعلام المرئية وتتطور طرق الإعلان المبتكرة والمستوردة بالاضافة إلى التسويق الإلكتروني، كما ستتغير قناعات المستهلك من حيث النوعيه والسعر والخدمة،

وستكون المنافسة شديدة من حيث جذب المستهلكين، وستكون له أمكانية كبيرة للاختيار في ظل ما سيعرض من العالم، والذي سيكون بين يديه بسهولة.

أثر التسويق الإلكتروني على المزيج التسويقي (16)

وبدون شك فأن التسويق الإلكتروني قد اختصر العديد من منافذ التوزيع واختصر الإجراءات التقليدية بالترويج بحيث أصبح الترويج يتم على المواقع المخصصة للشركات في الشبكة العنكبوتية وهذا التبسيط والاختصار أدى بدوره إلى تخفيض الأسعار بسبب المنافسة بين الشركات وزيادة المبيعات اعتماداً على اقتصاديات الحجم، مما أدى الى التأثير على المزيج التسويقي للسلعة المكون من العناصر التالية(المنتج- التوزيع - الترويج - التسعير).

وتعد المنتجات هي أحد العناصر الأساسية للمزيج التسويقي وكافة العناصر الأخرى ترتكز عليه وتتمحور حوله، والمنتج بالتعريف هو مجموعة المنافع التي يحصل عليها المشتري نتيجة حصوله عليه والمنافع التي يحصل عليها المشتري من جراء استخدامه له، وأن أثر شبكة الإنترنت على المنتج تظهر من حيث ارتباط المنتجات ومواصفاتها بالمواصفات العالمية في العصر الحاضر، وشبكة الإنترنت تساهم بإعطاء المعلومات عن المنتجات العالمية المنافسة، كما أن بعض الأشخاص لا يرغبون بالتسوق من خلال تجوالهم بالأسواق لذلك فهم يفضلون الحصول على منتجاتهم من خلال الصور الحية المعروضة على المواقع المخصصة للشركات على الشبكة العنكبوتية، حيث إن العرض على شبكة الإنترنت ساهم بظهور منتجات وخدمات جديدة، الأمر الذي زاد من التنوع في المنتجات المعروضة وأصبحت عوامل التمييز والاختيار أكثر وضوحاً.

أن تطور خدمات ما بعد البيع والضمان لهذه المنتجات ساهم في زيادة أهمية العرض وإظهار المعلومات عن المنتج والخدمات ما بعد البيع؛ بحيث تساهم شبكة الإنترنت في معرفة هذه الخدمات.

ويعد التوزيع من القرارات الهامة في الشركة إذ تؤثر هذه على القرارات التسويقية الأخرى ويترتب عليها التزاماتٌ مالية طويلة الأجل ومن قنوات التوزيع: تاجر الجملة، تاجر المفرق أو التجزئة، الوكلاء والوسطاء والسماسرة.

أن شبكة الإنترنت تساعد على تخفيض القنوات التسويقية وتعمل على إيصال السلعة للمستهلك بالزمان والمكان المناسبين وتؤدي إلى تطبيق قاعدة من المنتج إلى المستهلك مباشرة، ويبدو واضحاً بأن التوزيع عبر شبكة الإنترنت ساهمت باختصار الكثير من قنوات التوزيع الأمر الذي أنعكس على تكاليف الإنتاج، إن اختصار قنوات التوزيع كان من شأنه تخفيض عدد الموظفين وهذا هو الحال في شركة (أمازون دوت كوم) بحيث أصبحت العلاقة مباشرة مع المستهلكين فلم يعد هناك حاجة للعدد الكبير من الموظفين لتصريف الأعمال، وكذلك الحال بالنسبة لهولندا بحيث تم عقد 60٪ من الصفقات في بيع الورود من خلال الإنترنت فأصبحت الورود تصل إلى المستهلك في أمريكا في الوقت المناسب، الأمر الذي ساهم بزيادة المبيعات وسرعة خدمة الزبائن.

اما الترويج فهو مجموعة من الجهود التسويقية المتعلقة بإمداد المستهلك بالمعلومات عن المزايا الخاصة بالسلعة أو الخدمة أو فكرة معينة، وإثارة اهتمامه بها وإقناعه بمقدرتها على إشباع احتياجاته وذلك بهدف دفعه إلى اتخاذ قرار بشرائها ثم الاستمرار باستعمالها مستقبلاً، ويتم الترويج على شبكة الإنترنت بالطريقة المثلى للفت الانتباه حول السلع المعروضة كأن يتم الإعلان على الموقع المخصص مقترناً بإحدى القصص المثيرة للانتباه عما يزيد من زوار الموقع والتعرف على مواصفات السلعة المعروضة.

والإعلان الترويجي يتموضع في أعلى صفحة ويب على شكل صور متحركة لها آلية ربط بحيث إذا نقر المستخدم على الإعلان يتم إرسالها فوراً إلى الموقع المعلن، وتتقاضى الشركات المتخصصة بالإعلان مبالغ وعمولات عن الإعلان أو نسب من المبيعات وفقاً لعدد مرات مشاهدة الإعلان.

أن أهمية الموقع يلعب دوراً هاماً في نجاح عملية التسويق على شبكة الإنترنت؛ ذلك أن الزائر سيقوم بالمقارنة بين ما تعرضه الشركات المختلفة والمقارنة بينها؛ إذ لا بد من تقديم المعلومات المفيدة التي تثير اهتمامه، والمسألة الثانية المتعلقة بالموضوع هي شكل الموقع وتصميمه؛ ذلك أن هذا الجانب مهم جداً لجذب الاهتمام من الزائرين ومن شأنه أن يساهم في دعم العملية التسويقية عبر الإنترنت.

وقد أدركت المؤسسات التجارية إمكانيات الإنترنت في التسعينات، إذ تأتي اليوم ما نسبته 70% إلى 80% من الاشتراكات الجديدة في الإنترنت من هذه المؤسسات، وقد تزايد هذا الاهتمام بفعل نمو استخدام الانترنت الذي تعزّز بفعل ثلاثة عناصر أساسية: ارتفاع مبيعات الحواسيب الشخصية وتطور شبكة العرب العالمية، والترويج للانترنت عبر وسائل الإعلام، وأدرك مجتمع الأعمال وجود سوق جماعي يمكن الوصول إليه عبر الإنترنت.[17]

التسويق في وسائل الإعلام الاجتماعية

أصبحت وسائل الإعلام الاجتماعية من الجوانب الحاسمة للتسويق الإلكتروني في هذه الأيام، ويمكن أن يكون أداة قوية للشركات لجذب انتباه العملاء المحتملين وتزويدهم بمعلومات قيمة، بمساعدة وسائل الاعلام الاجتماعية، ويمكن للمرء تعزيز الموثوقية وخلق صورة قوية، وقد ثبت ذلك من خلال دراسة أجرتها حلول Invkoe (وهي شركة أمريكية)، وفقا لذلك، 41% من الناس يعتمدون على المعلومات التي توفرت في الفيسبوك، ووفقاً لتقارير صدرت حديثاً، فإن 59% من مستخدمي الإنترنت يقوموت بعمليات الشراء على أساس التوصيات التي وردت من خلال مواقع وسائل الإعلام الإجتماعية، ومع ذلك، فأن 25% من الشركات في العالم فقط لديها صفحة على الفيسبوك، كما سيصل حجم الإنفاق على التسويق في وسائل الإعلام الاجتماعي إلى 3 مليارات دولار بحلول عام 2013 – 2014، بحسب توقعات مؤسسات بحوث التسويق.

والعلاقة بين وسائل الإعلام الاجتماعية، والتسويق عبر الانترنت بنمو أقوى مع مرور الوقت، وسوف تبدأ الشركات باستخدام وسائل الإعلام الاجتماعية بقوة في السنوات المقبلة مثل المدونات والفيديو والإعلانات، ذلك إن ميزة التسويق عبر الانترنت يتجسد في وصوله إلى الملايين من الناس في وقت واحد، ويمكن للتويتر خلق ضجة قوية في السوق، والفيسبوك يمكن أن يعزز مصداقية العلامة التجارية الخاصة للشركات، وهذا لايحتاج إلااستخدم الذكاء لعمل استراتيجيات تسويقية لكسب ثقة الجمهور المستهدف وزيادة مبيعات المنتجات أو الخدمات الخاصة للأفراد.[18]

و لذلك فإن مواقع الشبكات الاجتماعية مثل فيسبوك، يوتيوب، لينكدإن، وتويتر، إذا ما استخدمت بشكل صحيح، تسمح للشركات لإشهار نفسها ولكسب الشعبية على

شبكة الإنترنت عن طريق استخدام أنواع مختلفة من تقنيات الويب (2.0) المتاحة، مثل المدونات والفيديو ومواقع مشاركة الصور ومواقع مشاركة الروابط الاجتماعية، و بالفعل، فقد إتخذ التسويق الاجتماعي النسخة الإلكترونية للتسويق عبر كلمة الفم (إن صح التعبير) أو ما يُعرف بـ word of mouth advertising بالإنجليزية، ولذلك فإن إستخدام مثل هذه التقنيات بالطريقة الصحيحة يؤدي إلى المزيد من الزبائن، والمزيد من المبيعات، وارتفاع مستوى الحضور على الإنترنت بشكل أكبر من أي وقت مضى.

فوسائل الإعلام الاجتماعية، على غرار موقعي التواصل الاجتماعي (تويتر) وتحديدا(فيس بوك) الذي يقارب عدد مستخدميه النصف مليار، تجاوزت حقيقة الدور الإخباري لوسائل الإعلام، وحققت الأهم بخلق التواصل والتفاعل بين الناس للمشاركة بأنفسهم وبمختلف مستوياتهم الثقافية في صنع الخبر ونشره بأقصى سرعة.

واستغل مجال التسويق التطور الهائل في وسائل الإعلام الاجتماعية في تطوير هذا المجال بين الأفراد، فمن خلال عرض الصور والفيديو والأخبار عن الشركة عن طريق وسائل الإعلام الاجتماعية أتاح للشركات زيادة تفاعلها مع الأفراد وبالتالي زيادة التواصل الدائم بين الشركات والعملاء وهذا أدى إلى خلق الولاء لدى الأفراد ومعرفة الشركة للفئة التي تستهدفها.

والنتيجة أن هذه الوسائل الافتراضية قوة حقيقية لا يمكن الاستهانة بها مستقبلا، ساهمت في فتح سبل النقاش السياسي والاجتماعي وأزالت الحدود الجغرافية.[19]

وأعظم فائدة للتسويق في وسائل الاعلام الاجتماعية هي أنه يمكن زيادة الوعي حول الشركة في غضون فترة زمنية قصيرة، ويسمح للشركات لإنشاء قاعدة من الزبائن المخلصين، وتقديم المنتجات بطريقة شخصية وتفاعلية، وتشجيع العملاء على التفاعل مع الشركة على مواقع الشبكات الاجتماعية، وزيادة سمعة الشركات على الانترنت، ويسمح للعملاء معرفة قيم الشركة والثقة بها، مما يساهم في تحسين نوعية المنتجات أو الخدمات وزيادة المبيعات، وبالتالي تلبية متطلباتهم.

إن ميزة التسويق عبر الانترنت يتجسد في وصوله إلى الملايين من الناس في وقت واحد، ويمكن للتويتر خلق ضجة قوية في السوق، والفيسبوك يمكن أن يعزز مصداقية العلامة التجارية الخاصة للشركات، وهذا لايحتاج إلا استخدم الذكاء لعمل استراتيجيات لكسب ثقة الجمهور المستهدف وزيادة مبيعات المنتجات أو الخدمات الخاصة للأفراد.[20]

وقد ارتفع استخدام الإنترنت باللغة العربية بنسبة 2500٪ في السنوات العشر الماضية وطبقاً للإحصائيات التي وردت في موقع **Discover Digital Arabia** فقد نمت قطاعات عديدة في صناعة الإنترنت في العالم العربي، ففي مجال التجارة الإلكترونية بلغ اجمالي مبيعات التجارة الإلكترونية في دول الخليج في عام 2010 ما يقارب 3320 مليون دولار، و5000 مليون دولار بنهاية عام 2011، وكان للإمارات النصيب الأكبر منها حيث بلغ إجمالي مبيعات التجارة الالكترونية لعام 2010 أكثر من 1900 مليون دولار ويتوقع أن تصل إلى 2800 مليون دولار مع نهاية عام 2012.

وقد استأثرت وسائل الإعلام الاجتماعية بالحصة الأكبر في التسويق الالكتروني في منطقة الشرق الأوسط بنسبة 57.5٪ متبوعة برسائل البريد الالكتروني 17.5٪ يليها التسويق عن طريق الهاتف المحمول ومحركات البحث بنسبة 12.5٪ لكل منهما، كما أن مواقع الشبكات الاجتماعية ساهمت في زيادة الشراء عن طريق الإنترنت حيث أن 26٪ من المستخدمين قاموا بعمليات شراء الكترونية بعد رؤيتهم للمنتج في أحد مواقع الشبكات الاجتماعية.[21]

أن البداية الحقيقية لعصر الانترنت في الوطن العربي ستبدأ بنهاية العام الحالي 2012 إذ سيدخل 100 مليون مستخدم للإنترنت من إجمالي 365 مليون نسمة، وسترتفع نسب الإعلانات عبر الإنترنت إلى 20٪ خلال السنوات القليلة المقبلة، وأن حجم سوق الاعلانات التقليدية في المنطقة يلغ 6.5 مليارات دولار بنهاية 2011، وأن حجم الإعلانات الرقمية عبر الإنترنت تراوح ما بين 2٪ و3٪، وهي نسبة متدنية جداً مقارنة بالمستويات العالمية، التي وصلت إلى 18٪، وان أسباب تراجع نسبة الاعلانات عبر الإنترنت في المنطقة مرتبط بمشكلة تأخر دخول الانترنت بشكل جماعي إلى المنازل.

وفي بعض البلدان المتقدمة مثل بريطانيا 33% وأميركا إلى 20% وإلى تركيا وأوروبا الشرقية إلى 15%.

إن نظام غوغل لتشغيل الهواتف الذكية(أندرويد) أصبح الأول عالميا من حيث عدد المستخدمين، وأنه يشهد يوميا أكثر من 850 ألف عملية تفعيل عالميا، وأصبح متاحا باللغة العربية، ويسمح بقراءة اللغة العربية فيه، وهو ما زاد انتشاره في المنطقة، كما أن اليوتيوب يشهد طفرة مذهلة في المنطقة، إذ وصل عدد المشاهدات إلى 167 مليون مشاهدة يومياً في المنطقة، وأنه يتم تحميل ساعة من الفيديو في كل دقيقة من المنطقة العربية على اليوتيوب، وهو ما يجعلها المنطقة الثانية بعد الولايات المتحدة الأميركية من حيث عدد المشاهدات وساعات التحميل.

ولم تكن شركات الاتصالات راضية عن توجه غوغل في رفع الطلب على خدمات البيانات والانترنت، لأن ذلك كلفها مليارات الدولارات لتطوير سعات شبكاتها، إلا أن الأمور اختلفت الآن لأن مشغلي الاتصالات اكتشفوا أنه من دون شبكات التواصل الاجتماعي ومشاركة ملفات الفيديو على يوتيوب، ومحركات البحث على الإنترنت مثل غوغل، فإن الطلب لن يكون موجودا على خدمة البيانات والإنترنت، وإلى جانب ارتفاع معدلات الطلب على الأنترنت العريض، نشهد ارتفاعاً في معدلات انتشار الهواتف الذكية المتصلة بالإنترنت، وهذه النسب قاربت على 230% في الإمارات وأكثر من 100% في الدول العربية الأخرى.[22]

وتشير الأبحاث الحديثة في سلوك المستهلكين أن أكثر من 80% منهم يستخدمون محركات البحث عند إتخاذ القرارات حول المواقع أو المحلات التي يرغبون في الشراء منها أو التعامل معها، وهذا يعني أن المستهلكين يستخدمون بنشاط محركات البحث للحصول على الملاحظات حول الشركات من عملاء آخرين، وذلك قبل إتخاذ قرار الشراء، ولذا، فإن أي نتائج سلبية في محركات البحث سيكون لها تأثير ملحوظ على المبيعات والإيرادات، وعليه، فإن إدارة (السمعة) على الإنترنت تعني عملية الحفاظ أو إستعادة صورة الشركة والعلامة التجارية الإيجابية على محركات البحث عن طريق أخذ الوقت لتجميع أفضل وأعلى النتائج في محركات البحث والتي تربط إلى صفحات الويب،وتعكس بدقة العلامة التجارية الخاصة بالشركة.[23]

ولقد اصبح من الصعب تحديد وسائل محددة للإعلام الجديد لتعدد الوسائل وتنوعها وتميز بعضها بميزات تختلف عن الأخرى، ولكنها في النهاية هي وسائل مكملة لبعضها فإذا ما تم جمع تلك الوسائل في تكوين رسالة إعلامية واحدة كلما كانت تلك الرسالة أنفع وانجع وأكثر انتشاراً وتأثيراً ويمكن تصنيف تلك الوسائل بحسب نوعها ومنها:

1) وسائل الإعلام الاجتماعية:

وهي المواقع التي تسمح بالمشاركة وطرح الأفكار والحوار المفتوح ومن أبرزها (Face Book) و(Twitter) و(Linkedin) ولكل منها ميزة وأن كانت جميعا تؤدي الغرض نفسه تقريبا ولكنها تختلف من حيث الأدوات المتوفرة في كل منها وميول الأفراد في استخدامها، ولكنها في النهاية من الممكن أن تصنف بالتصنيف نفسه.

2) الإعلام المرئي:

وهي المواقع التي تقدم خدمة بث الأفلام وتصنيفها وترتيبها وأيضاً إمكانية مشاركة الجمهور في التعليق عليها وطرح الآراء الخاصة بهم في مشاركات خاصة بل وحتى أمكانية مشاركة تلك الأفلام في مواقعهم أو صفحاتهم الخاصة، ويعد موقع (YouTube) من اهم وابرز تلك المواقع المقدمة للخدمة.

3) البريد الإلكتروني:

وهو وسيلة اتصال مباشرة في إيصال الرسالة الإعلامية أو الإعلانية على حد سواء بل أنه قلل من أهمية جهاز الفاكس الذي يستخدم في إرسال الأوراق والعقود والصور المهمة بين الطرفين (المرسل) و(المتلقي) حيث مكن البريد الإلكتروني المرسل من إرسال الأوراق والعقود أو حتى الصور كما هي وبجودة واضحة للمتلقي مباشرة، ولكن واجه العديد من مستخدمي البريد الإلكتروني عدة مشاكل لعل من أهمها هو استخدام البريد الإلكتروني في الرسالة الإعلامية أو الإعلانية الجماعية بمعنى أن المرسل يريد أن يرسل لمجموعة كبيرة جدا في الوقت نفسه، ومن هنا نشأت المجموعات البريدية ولكنها أيضاً غير فاعلة بسبب أن الرسالة لا تصل لكل المشتركين في المجموعة البريدية لأن أكثر المشتركين يستقبلون رسائل معينة هم يحددونها أو قد يوقفون استقبال الرسالة، بل أن بعضهم قد

يكون مضافا وهو لم يقبل الإضافة مما يوهم المرسل بأنه موجود في المجموعة البريدية وهو في الحقيقة غير موجود، وهناك أيضا العديد من المشاركين في المجموعات يشاركون بإيميلات لا يستخدمونها في العادة بل كانت مشاركتهم مؤقتة ومن ثم لم يعد يستخدم ذلك البريد نهائيا.

ومن هنا نشأت فكرة السيرفرات الخاصة وذلك باستخدام بروتوكول نقل البريد (SMTP) وهو برمجيات خاصة تستخدم سكريبتات مبرمجة على السيرفر المحلي لبعض الشركات المقدمة للخدمة لمساعدة المرسل في إرسال رسالته الإعلامية او الإعلانية لمجموعات كبيرة جدا تصل في بعض الأحيان إلى أكثر من مليون بريد إلكتروني.

4) البرمجيات الخاصة بالمواقع أو ما يعرف بـ (SEO):

والـ(SEO) هي اختصار لـ(Search Engine Optimization) وتعني بالعربية (محرك البحث الأمثل) وهي عبارة عن برمجيات خاصة يتم من خلالها أرشفة كل المواضيع في المواقع الإلكترونية المختلفة بشكل سليم لجعلها صديقة لمحركات البحث بحيث أن الزائر لمحرك البحث Google مثلا عندما يكتب موضوعا يبحث عنه يكون تصنيف الموضوع الأقرب له من ذلك الموقع الذي تم تصنيف مواضيعه بشكل سليم ليظهر في الصفحة الأولى لمحرك البحث Google وهي وسيلة تعتبر الأهم في وسائل الإعلام الجديد لأنها تساهم في انتشار الرسالة الإعلامية أو الإعلانية وبقائها لفترات طويلة جدا على الإنترنت، وتستخدم أيضا في مواقع خاصة يتم إنشائها لأصحاب الرسائل الإعلامية أو الإعلانية أو زرعها في مواقعهم الشخصية.

5) النشر الصحفي:

أصبحت الصحف الإلكترونية والمنتديات من أفضل وسائل النشر الصحفي للمعلومة أو الرسالة الإعلامية أو الإعلانية وذلك لسبب بسيط وهو أن المرسل يتمكن من معرفة العدد التقريبي لمن شاهد رسالته وأيضاً عدد من اعجب بالرسالة وعدد المشاركين بالتعليق على رسالته، وبالنسبة للوقت تعتبر أسرع من وسائل الإعلام التقليدية.

6) الهواتف الذكية:

انتشر استخدام بث الرسائل الإعلامية والإعلانية عبر الهواتف الذكية مثل الـ (iphone) و(Blackberry) وذلك عن طريق المجموعات التي يصل بعضها إلى (50,000) شخص مشترك في المجموعة الواحدة عبر ما يعرف بماسنجر(Blackberry) و(IPAD) وغيرها وبواسطة تطبيقات خاصة بالهواتف الذكية بالـ (iphone) مثل (watsapp)، حيث يتمكن المرسل من إرسال رسالته بشكل جماعي للأرقام المضافة في قائمة إرقامه الخاصة في الهاتف المحمول بشرط أن يكون لديهم التطبيق نفسه، بالإضافة إلى خاصية المشاركة بالروابط عبر تصفح الإنترنت بالهواتف الذكية مثل خاصية (Rss) وهي تمكن من تلقي تحديثات المواقع المشترك فيها الهاتف الذكي وكثير من المواقع الإلكترونية توفر هذه الخاصية.

7) رجع الصدى (ردود الفعل):

تمكن الإعلام الجديد، بل وتفوق على الإعلام التقليدي في هذه الوسيلة لأنها أصبحت أكثر وضوحاً وأقل تكلفة في معرفة ردود فعل الجمهور المتلقي للرسالة الإعلامية أو الإعلانية وذلك عن طريق برمجيات خاصة تستخدمها المواقع الإلكترونية أو السيرفرات المحلية في معرفة من شاهد الرسالة ومن تفاعل معها، وأيضا تعرف بالـ(Track-Trace) في تتبع الرسالة الإعلامية أو الإعلانية التي تم إرسالها عبر البريد الإلكترونية الجماعي بواسطة السيرفرات المحلية.[24]

وبالرغم من جميع هذه المعطيات، إلا أن وسائل الإعلام التقليدية لا تزال تحتفظ بأهميتها، فالتلفزيون على سبيل المثال يوفر إمكانية إيصال الرسالة الإعلانية إلى شريحة واسعة من المشاهدين في مناطق مختلفة في الوقت نفسه، لكن الأهم أن يكون المزج بين الوسائل التسويقية بالشكل المناسب.

اللاعبون الرئيسيون في التسويق

وبالرغم من أن هناك أدوات إعلام اجتماعي جديدة تنطلق كل يوم، إلا أن معظم رجال الأعمال يحتاجون فقط إلى التركيز على اللاعبين الرئيسيِّين: تويتر، فيسبوك، ولينكدإن،

و(تويتر) هو عبارة عن شبكة اجتماعية لمشاركة الرسائل المصغرة المكونة من 140 حرف أو أقل، يقوم المستخدمون (متابعة) أو(اللحاق) ببعضهم البعض، ويمكن تلقي الرسائل عبر أجهزة تكنولوجية متعددة بما في ذلك أجهزة الكمبيوتر المكتبية والهواتف الذكية، والرسائل النصية.

ومن الخدمات الفعّالة للأفراد وللشركات التي تسعى لإنشاء وإدارة وجوداً حقيقياً على تويتر، هو وضع تصورات واضحة أبرزها:

- وضع إستراتيجية تسويقية مخصصة لتويتر
- إدارة عملية إستخدام تويتر
- تصميم صفحة تويتر بحيث تعكس العلامة التجارية الخاصة للشركة
- إعداد التحليلات والتقارير لقياس الأداء
- وضع مبادئ توجيهية لإدارة سمعة وصورة الشركة عبر تويتر

اما (الفيسبوك)، فقد أصبح الفيسبوك لاعباً رئيسياً في مجال وسائل الإعلام الإجتماعية، وله أكثر من 700 مليون مستخدم، ويمكن له أن يكون منصة قوية لبناء مجتمع من (المعجبين) بعمل رجل الأعمال أوالشركة.

ومن الخدمات الفعّالة للأفراد وللشركات التي تسعى لإنشاء وإدارة وجوداً حقيقياً على الفيسبوك، هو وضع تصورات واضحة أبرزها:

- وضع إستراتيجية مخصصة للتسويق عبر الفيسبوك.
- تصميم صفحة الفيسبوك للشركة بحيث تعكس العلامة التجارية الخاصة بالشركة.
- وضع سياسة الفيسبوك لإدارة عملية التواصل.
- إيجاد إستراتيجيات خاصة بالمحتوى لضمان أقصى قدر من المعجبين.
- دمج إستراتيجيات الدعاية والإعلان لبناء قاعدة من المعجبين.

بينما تكون لينكدإن (أو لينكدين) الشبكة الإجتماعية الأكثر شهرة بين رجال الأعمال، هذه الشبكة تحتوي على أكثر من 150 مليون مشترك وأكثر من مليون صفحة تعريف لرجال الأعمال من مختلف أنحاء العالم، ويمكن أن تكون مورداً هاماً لرجل الاعمال،

وللبدء باستخدام (لينكدإن) في العمل من الأفضل إنشاء واستكمال ملف شخصي وليس ملف عن الشركة أو عن العمل، وعند إعداد هذا الملف، لابد ان تشمل كافة المعلومات الهامة مثل موقع الويب الخاص وعنوان المدونة، بالإضافة إلى ذلك، من المهم أن يأخذ رجل الأعمال الوقت الكافي ليصف ويشرح عن مجال عمله وخبرته بطريقة مثيرة للاهتمام تعكس بشكل دقيق خبرته ومعرفته ودراسته وإهتماماته وهواياته.[25]

ولكن الملفت نجاح موقع فيسبوك في تجاوز منافسيه من المواقع الاجتماعية الأخرى عبر استيعاب حاجة المستخدمين وتلبيتها، واستطاع تعزيز موقعه في المقدمة، فيما بقيت المواقع الأخرى مثل (فريندستر) معقدة أكثر من اللازم ومتخمة بالخدمات والمعلومات.

وتقدر قيمة فيسبوك حالياً بما يقارب 15 مليار دولار، واستطاع ان يثبت صدارته التي لا يمكن أن ينافسه عليها أحد، لكن ذلك السيناريو من الصعب أن يتغير، إذ بعد ان تستحوذ شركة ما على شريحة واسعة من المستخدمين، فمن الصعب بمكان منافستها، خاصة مع ازدياد قيمتها بشكل متواصل، التي تشير إلى أن موقع فيسبوك قد نجح في تلبية احتياجات مستخدميه الأساسية، لذا فليس هناك حاجة أو مكان لمنافس آخر في نفس المجال، ومع أن هذه الحالة قد تتغير بعد بضعة سنوات، لكنها لا ترى حاجة لنموذج مشابه آخر في السوق على المدى المنظور، وحتى في حال نجاح موقع آخر في تحقيق أداء أفضل من فيسبوك في المستقبل، فمن الصعب بمكان أن تتغير خريطة الإنترنت الحالية خاصة مع وجود (غوغل) الذي يستحوذ على شبكة واسعة من المعلنين إلى جانب (فيسبوك)، الذي يستحوذ على شبكة واسعة من المستخدمين حول العالم.[26]

وفي عالم المال والأعمال، وإلى جانب كونها منصة للبيع المباشر، أثبتت وسائل الإعلام الاجتماعي مكانتها كوسيلة سريعة وفورية من خلال تحولها إلى دليل مشتريات للمستهلكين، لكن تبقى المشكلة في أن المعلومات المنشورة قد لا تكون صحيحة أو غير موثوقة دائماً مما يظهر خطورة انتشار معلومات مغلوطة أو حتى الآراء السلبية، وهنا يقول لوتز فنغر، رئيس ومؤسس شركة فيشي أنالاتكس(أصبح كل شخص صحفياً بحد ذاته)، مشيراً إلى أن التعامل مع انتشار الشائعات عبر وسائل الإعلام الاجتماعي قد بات أكثر صعوبة مما مضى، حين كانت الشائعات تنتشر عبر المكالمات الشفوية أو الهاتفية فقط.

تأثير شبكات الإعلام الاجتماعي على التسويق

تعد تطبيقات الإعلام الاجتماعي كـ(الفيسبوك) وتويتر بمثابة النموذج لتلك الخدمات، فقد استطاع الإعلام الاجتماعي أن يخلق عالماً فسيحاً يتمكن فيه المستخدمون من تبادل المعلومات آنياً، ورصد ردود الأفعال، واستعراض الأخبار أولاً بأول، واستطلاع الآراء، وكل ذلك في بيئة تتسم بالشفافية، وقد ذكر التقرير الصادر عن شبكة «سي إن إن» في صيف العام 2011، أن عدد مستخدمي (الفيسبوك) فاق مستخدمي محرك البحث العملاق (غوغل)، وكرد فعل لمواجهة تلك الطفرة في استخدام (الفيسبوك) وغيره من تطبيقات الإعلام الاجتماعي، قامت «غوغل» بوضع تطبيقات إعلام اجتماعي خاص بها.

وعليه فإن الشركات التقليدية تسعى للتحول إلى وسائل الإعلام الاجتماعي كطريقة أساسية من طرق تسويق المنتجات وكأداة تفاعلية مع العملاء المستهدفين، فعلى سبيل المثال، تحولت شركة ديل في العام 2009 إلى استخدام «تويتر» بغية نشر برنامج تسويقي يطلق عليه (Dell Swarm)، فهذا البرنامج يستخدم نموذج الشراء الجماعي والذي يتم من خلاله دعوة العملاء عبر وسائل الإعلام الاجتماعي المختلفة للانضمام إلى (مجموعة Swarm)، فكلما ازداد عدد الأشخاص المنضمين إلى المجموعة، كلما انخفض سعر الخدمة المقدمة لكل عضو من أعضائها، وهو ما يعطيه الحافز لجذب المزيد من الأعضاء والمشترين، وبذلك شنت شركة (ديل) حملة تسويقية فعالة للغاية، باستخدام هذه التقنية التسويقية البسيطة القائمة على الدوافع الذاتية، واستطاعت من خلالها الوصول إلى ما يقرب من 2 مليون مستخدم حول العالم.

إن عدداً من الشركات، في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، حذا حذو شركة «ديل»، وغيرها ممن بادرت بالتحول إلى وسائل الإعلام الاجتماعي، فمثلاً، قامت شركة Du بإطلاق حملاتها التسويقية على كل من «الفيسبوك» و«تويتر» لتحسين جودة الخدمات المقدمة للعملاء ورصد ردود أفعالهم من ناحية، ولزيادة المبيعات ورفع مستوى الوعي بالعلامة التجارية والترويج لها من ناحية أخرى.

وتشهد المنطقة في الوقت الحاضر بزوغ عددٍ من المواقع الإلكترونية المحلية القائمة على حشد المصادر (crowd-sourcing)، فعلى غرار (الفيسبوك)، نجد شبكة

com.Aywaa وهي شبكة تواصل اجتماعي، كما نجد شبكة com،Yallatunes الاجتماعية التي تعمل على دعم عملية تبادل الأغاني والفيديوهات العربية بين جهازين شخصيين على شبكة الإنترنت باستخدام تقنية (peer-to-peer)، كما يوجد أيضاً موقع com.Arabfriendz وهو موقع إعلام اجتماعي موجه للراغبين في إيجاد الشريك المناسب في المنطقة، وتطمح هذه المواقع جميعها إلى تكرار النجاحات التي حققتها مثيلاتها من وسائل الإعلام الاجتماعي في الغرب وإن كانت لاتزال في مراحلها الأولى.

ولذا، نرى الآن اللقطات المحملة على موقع (اليوتيوب) من قبل مستخدمي (تويتر)، أو المدونات، أو الهواتف الجوالة تقف على قدم المساواة مع قنوات تقديم الأخبار التقليدية.

وقد شرعت حكومات المنطقة في الآونة الأخيرة فقط في استخدام وسائل الإعلام الاجتماعي، غالباً بطريقة منتظمة، حيث كانت تقوم بالاستجابة للأحداث فحسب أو مراقبة أنشطة مواطنيها والتنبؤ بالأحداث المستقبلية.

أن إنشاء قنوات فعالة للإعلام الاجتماعي في صميم استراتيجية المشاركة الحكومية ليس بالأمر اليسير، إذ يستلزم تخصيص الأموال المطلوبة، واستحداث إدارة مكلفة بمسئولية إنشاء تلك القنوات، وفي كثير من الحالات، سيستلزم الأمر إعادة التفكير بصورة جذرية في الكيفية التي تتواصل بها الحكومات مع مواطنيها، وتبني مبدأ الشفافية والتعاون.

وفضلاً عن ذلك، ستتضمن استراتيجية الإعلام الاجتماعي الناجحة مفهوم التكامل التام بين جميع قنوات المشاركة التقليدية مع الشبكة الإلكترونية للحكومات، ومن أجل تنفيذ ذلك، ستحتاج الحكومات إلى التركيز على إطار عمل للتغيير يتألف من ثلاثة محاور وهي:

أ. تحديد وضع الإعلام الاجتماعي داخل استراتيجية المشاركة/ الاتصال والإعلام الخاصة بالحكومات.

ب. بناء القدرات اللازمة لتمكين قنوات الإعلام الاجتماعي بشكل مناسب.

ج. ضمان استدامة قنوات الإعلام الاجتماعي وقدرتها على النمو.

إن الحكومات التي نجحت في إدارة الانتقال إلى استخدام وسائل الإعلام الاجتماعي، والتي تعتبر نموذجاً يُحتذى به لحكومات منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، قد اتجهت إلى وضع استراتيجية متكاملة رقمياً لوسائل الإعلام الاجتماعي تعتمد على ثلاثة مجالات رئيسية وهي:

1. **الاتصال الإلكتروني:** على الحكومات أن تتأكد من توفير المعلومات عبر قنوات اتصال رقمية يسهل الوصول إليها، وتحديث المعلومات بشكل منتظم،
2. **المساهمة الإلكترونية:** يعد تزويد المواطنين بوسائل لإبداء آرائهم وطرح مخاوفهم عنصراً أساسياً في استراتيجية وسائل الإعلام الاجتماعي، نظراً لأنها تتيح للمواطنين الفرصة لجذب الانتباه لقضايا قد يغفل عنها صناع السياسات،
3. **المشاركة الإلكترونية والشمولية الإلكترونية:** ضرورة تمكين المواطنين من المشاركة في العمليات الحكومية عبر الوسائل الإلكترونية على غرار وسائل الإعلام الاجتماعي، والسماح للمواطنين بقدر أكبر من الاطلاع على التطورات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية لحكوماتهم،

وينبغي على الحكومات فور إنشائها لمواقع إعلام اجتماعي خاصة بها، أن تعمل على إدارتها وتحديثها ضماناً لاستدامتها وقدرتها على التواصل الوثيق مع جمهورها بدون انقطاع، وهذا يتطلب من الحكومات السماح للمواطنين بتقويم المحتوى المنشور أو التعليق عليه بحرية تامة، حيث يعدّ ذلك عنصراً حاسماً في ثقافة الإعلام الاجتماعي والذي من شأنه إرشاد القائمين على إدارة تلك المواقع إلى نقاط الضعف الموجودة في المحتوى، كما قد تساهم الرؤى المختلفة للمستخدمين في طرح أفكار جديدة ومواضيع شتى وحلول مبتكرة،

إن مفتاح النجاح في اعتماد استراتيجية الإعلام الاجتماعي يكمن في تبني تطبيقاته الخاصة ممثلة في الاتصالات الإلكترونية والمساهمة الإلكترونية والمشاركة الإلكترونية والشمولية الإلكترونية، وفي الوقت الذي تسعى فيه حكومات المنطقة لمعالجة هذه القضية، يلزم استحداث استراتيجيات مشاركة جديدة تتمركز حول وسائل الإعلام الاجتماعي، ولن يكون بمقدور أي مؤسسة إضافة منهج الإعلام الاجتماعي إلى إعلامها التقليدي وقنوات المشاركة، بل سيتحتم عليها دمجهما سوياً، ما سيستلزم من الحكومات الاستثمار في القدرات، حيث ستعمل على الجمع بين الكفاءات المناسبة، والإجراءات السليمة، ونماذج

الحوكمة الرشيدة والبرامج التقنية الملائمة تفعيلاً لأنشطة وسائل الإعلام الاجتماعي وضماناً لاستدامتها.

وفي حال غياب تلك الإجراءات والجهود، فإن الهوة بين مشاركة كل من الإعلام التقليدي ووسائل الإعلام الاجتماعي ستستمر في الاتساع، كما ستتنامى أعداد المستخدمين الذين يعتمدون في استقاء الأخبار والمعلومات على وسائل الإعلام الاجتماعي، وعندما ستبذل الحكومات جهوداً مضنية للوصول إلى مواطنيها بشكل فعال، وفي ظل الطفرة في تعداد الشباب، لن تجد الحكومات من يصغي إليها وستغدو أحاديثها هباءً منثوراً إذا لم تتمكن من فهم لغة وسائل الإعلام الاجتماعي التي يستخدمها الشباب، حيث تتراوح أعدادهم من ثلث إلى نصف التعداد السكاني في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا.[27]

وبدون شك فأن التسويق على شبكة الإنترنت باستخدام وسائل الاتصال الاجتماعي قد بدأ بتشكيل نموذج جديد في عالم التسويق، وسيكون ظاهرة المستقبل.

هوامش الفصل السادس

1. محمد الغساني، الإدارة اليدوية ومكتبة العمل، نقلا عن: عبدالرحمن توفيق، الإدارة الالكترونية – مركز الخبارت المهنية للإدارة، القاهرة 2003، موقع: ديجيتال عمّان

http://www.digitaloman.com/indexd9d1.html?issue=1&lang=ar&id=39_1

2. جون هاغل، خدمات الشبكة العنكبوتية في عالم الأعمال، ترجمة: هيثم نشواتي، انظر موقع

http://www.balagh.com/pages/tex،php?tid=417 بتـــــاريخ 14/ 11/ 2011

3. المصدر السابق
4. انظر موقع:

http://www.arado.org.eg/AradoTrainingDetails.asp?ID=12415&TCCatid=2147&TCType=P&TCYear 2008

- عمرو زيدان، مراحل ومعوقات نمو الشركات الصناعية العائلية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية.

5. Stanton,W،J.and Futrell c، Fundamentals of Marketing McGrow-Hill Book Co،,N،Y,(1987),P،4
6. Kotler, Ph، Marketing Management: Analysis, Planning and Control, 5th ed: prentice-Hall, New Jersey, (1985), P،4
7. American Marketing Association, op-cit7-
8. azur, P،, "Does Distribution Cost Ennough"?, Fortune, November, (1974), p،138
9. American Marketing Association Approves New Marketing Definition, Marketing News, March, 1, (1985), p،1

10. مجلة اقتصاديات، العدد الثاني –يناير 2004 ص 52– 53
11. http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A5%D8%AF%D8%A7%D8%B1%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82
12. http://www.hrdiscussion.com/hr19527.html2-1
13. http://www.aktashef.com/forum/showthread.php?2134%D9%85%D8%A7-%D9%87%D9%88-
14. انظر:

http://hostbxl.maktoobblog.com/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82-

15. http://techsaud.blogspot.com/2010/04/blog-post_18.html
16. انظر التفاصيل:

http://kenanaonline.com/users/ahmedkordy/topics/93212#http://kenanaonline.com/users/ahmedkordy/posts/279669

http://kenanaonline، com/users/ahmedkordy/topics/93212#http://kenanaonline. com/users/ahmedkordy/posts/321010

17. http://www.alukah.net/Culture/1085/41075/#ixzz1xIU10FQA
18. انظر:

http://www.webdesignsaudiarabia.co/%D8%A7%D9%84%D8%AE%D8%AF%D9%

19. Social media - Wikipedia, the free encyclopedia. 2012. Social media -Wikipedia, the free encyclopedia. [ONLINE] Available at: http://en.wikipedia.org/wiki/Social
20. للتفاصيل انظر:

http://www.webdesignsaudiarabia.co/%D8%A7%D9%84%D8%AE%D8%AF%D9%http://jazarah,.net/ar/?p=6523

21. صحيفة البيان بتاريخ 10/ 6/ 2012

http://www.albayan.ae/economy/digital/2012-06-10-1.1666307

22. http://tasweek-online.com/what-we-do/social-media-marketing /

23. انظر للتفاصيل:

What is Social Media? What are Social Media Sites?. 2012. What is Social *Media? What are Social Media Sites?. [ONLINE] Available at: http://webtrends.about.com/od/web20/a/social-media.htm.*

Social Media. 2012. *Social Media*. [ONLINE] Available at: http://mashable.com/social-media/

Social media - Wikipedia, the free encyclopedia.2012. *Social media - Wikipedia, the free encyclopedia*. [ONLINE] Available at: http://en.wikipedia.org/wiki/Social

Social Media.2012. *Social Media*. [ONLINE] Available at: http://mashable.com/social-media/

Social media - Wikipedia, the free encyclopedia. 2012. *Social media - Wikipedia, the free encyclopedia.* [ONLINE] Available at: http://en.wikipedia.org/wiki/Social

24. انظر:

http://tasweek-

online.com/blog/2012/02/16/%d8%a7%d9%84%d8%aa%d8%b3%d9%88%d9%8a%d9%82

http://tasweek-online.com/what-we-do/social-media-marketing /

25. نقلا عن: الاتحاد الإماراتية

http://www.themedianote.com/news/1569/11-

26. صحيفة الوسط البحرينية - العدد 3471 - الجمعة 09 مارس 2012م الموافق 16 ربيع الثاني 1433هـ.

الفصل السابع

الحروب الإلكترونية: الاشتباك في عصر المعلومات

مقدمة:

ليس هناك من إجماع واسع على تعريف محدد ودقيق لمفهوم الحرب الإلكترونية الآن، وعلى الرغم من ذلك، فقد اجتهد عدد من الخبراء في تقديم تعريف يحيط بهذا المفهوم، فعرّف كل من (ريتشارد كلارك) و(روبرت كناكي) الحرب الإلكترونية على أنها (أعمال تقوم بها دولة تحاول من خلالها اختراق أجهزة الكمبيوتر والشبكات التابعة لدولة أخرى بهدف تحقيق أضرار بالغة أو تعطيلها).

وهناك تعريف لكليات الحرب الأمريكية، وتدعوه بهجمات الشبكات الكمبيوترية، وتصنفه تحت بند (الحرب الإلكترونية)، حيث تعرفه بأنها (الإجراءات التي يتم اتخاذها للتأثير بشكل سلبي على المعلومات ونظم المعلومات، وفي الوقت نفسه الدفاع عن هذه المعلومات والنظم التي تحتويها) وحسب تعريف كلية الحرب فإن العمليات الإلكترونية تتضمن أنشطة مثل أمن العمليات، والعمليات النفسية، والخداع العسكري، الهجمات الفيزيائية، والهجمات على شبكات الكمبيوتر، وهناك الكثير من الطرق التي يمكن من خلالها تنفيذ الهجمات الرقمية، منها الهجمات المباشرة من خلال التدمير الفيزيائي لأجهزة الخصم، أو نقاط الاتصالات الهامة ضمن شبكاته، وذلك باستخدام القوة العسكرية المباشرة، وهنالك أيضا سرقة المعلومات من أجهزة الخصم، مما يمكن الجهات الصديقة من اتخاذ قرارات أفضل في المعركة، إضافة إلى تخريب قواعد بيانات الخصم والتلاعب بها، لجعل الخصم يخطئ في اتخاذ القرارات، وبالطبع هناك استخدام الفيروسات وأساليب رقمية مثل هجمات الحرمان من الخدمات لتركيع مواقع الخصم، مما يؤدي إلى التقليل من مقدرة الخصم على الاتصال، وإبطاء قدرته على اتخاذ القرار.

فيما يعرّف آخرون مصطلح الحرب الإلكترونية بأنها (مفهوم يشير إلى أي نزاع يحدث في الفضاء الإلكتروني ويكون له طابع دولي).

ولأن مثل هذه التعريفات فضفاضة ولا تعبّر بدقّة عن فحوى الموضوع، يقترح آخرون أن يتم التركيز بدلاً من ذلك على أنواع وأشكال النزاع التي تحصل في الفضاء الإلكتروني، ومنها:

1. **القرصنة الإلكترونية**: أوالتخريب الإلكتروني، وتقع في المستوى الأول من النزاع في الفضاء الإلكتروني، وتتضمن هذه العمليات القيام بتعديل أو تخريب أو إلغاء المحتوى، ومن أمثلته القيام بعمليات قرصنة المواقع الإلكترونية أو بتعطيل الحواسيب الخادمة أو ما يعرف باسم الملقمات (Servers) من خلال إغراقها بالبيانات.
2. **الجريمة الإلكترونية والتجسس الإلكتروني**: ويقعان في المستوى الثاني والثالث وغالبا ما يستهدفان الشركات والمؤسسات وفي حالات نادرة بعض المؤسسات الحكومية.
3. **الإرهاب الإلكتروني**: ويقع في المستوى الرابع من النزاع في الفضاء الإلكتروني، ويستخدم هذا المصطلح لوصف الهجمات غير الشرعية التي تنفّذها مجموعات أو فاعلون غير حكوميين (Non-State Actors) ضد أجهزة الكمبيوتر والشبكات والمعلومات المخزّنة، ولا يمكن تعريف أي هجوم إلكتروني بأنه إرهاب إلكتروني إلا إذا انطوى على نتائج تؤدي إلى أذى مادي للأشخاص أو الممتلكات وإلى خراب يترك قدراً كبيراً من الخوف.
4. **الحرب الإلكترونية**: وهي المستوى الأخطر للنزاع في الفضاء الإلكتروني، وتعد جزءاً من الحرب المعلوماتية بمعناها الأوسع، وتهدف إلى التأثير على إرادة الطرف المستهدف السياسية وعلى قدرته في عملية صنع القرار، وكذلك التأثير فيما يتعلق بالقيادة العسكرية أو توجهات المدنيين في مسرح العمليات الإلكتروني.[1]

وعلى الرغم من أن تعبير (الحرب الإلكترونية) يستخدم على نطاق واسع في الوطن العربي كمرادف لمصطلح (Cyber War) إلا أنّ بعض بعض الباحثين يعتقد أن هذا التعبير لا يعكس بدقّة هذا المفهوم لأنه يتداخل مع مصطلحات ومفاهيم أخرى كالـ(Electronic War) أو (Information War)، ولذلك فأن استخدام تعبير (حرب الإنترنيت والشبكات) قد لا يفي بالغرض إلا انه يعد أكثر تحديدا في تعريف الـ (Cyber War).

ومن المتوقع أن تكون الحرب الإلكترونية(Cyberwar) السمة الغالبة إن لم تكن الرئيسة للحروب المستقبلية في القرن الواحد والعشرين.

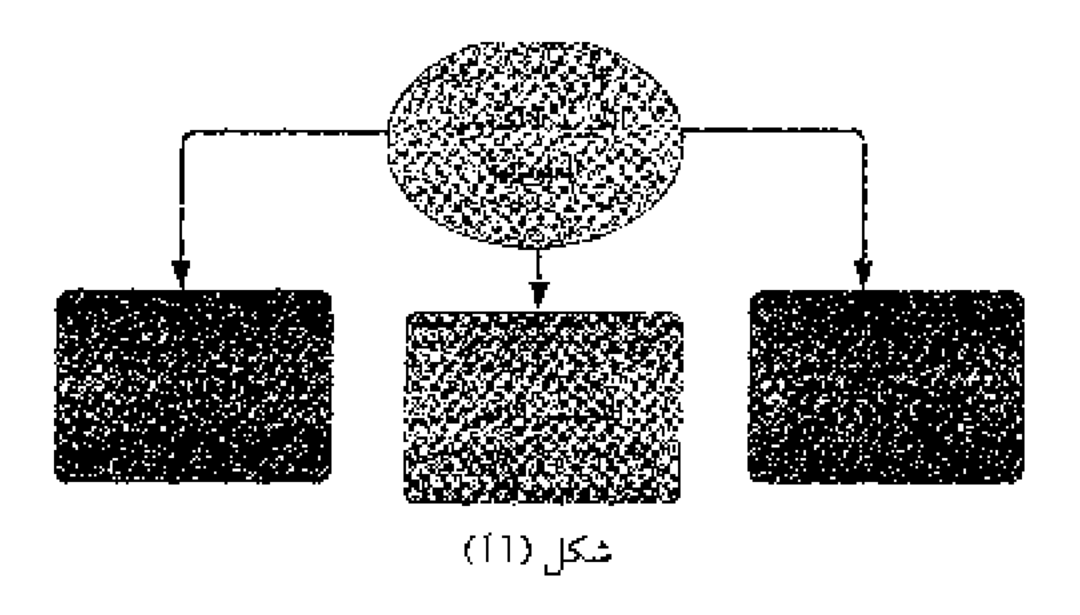
ويُنظَر إلى عمليات المعلومات في العقيدة العسكرية على أنها صندوق أدوات يحتوي على عمليات تتم عبر شبكات الحواسيب، والحرب الإلكترونية، والعمليات النفسية، والخداع، وترتبط عمليات الشبكات الحاسوبية بالدفاع عن النظم العسكرية المعتمدة على الحواسيب، أي ضمان المعلومات، فضلاً عن مهاجمة نظم الأعداء، وغالباً ما يُستدَلّ بمحاولة الناتو تدمير أجهزة البثّ الخاصة براديو وتلفزيون صربيا أثناء حرب كوسوفا في عام 1999 كمثال على واحدة من عمليات الشبكات الحاسوبية، لكنها كانت حرباً إعلامية في الواقع، فمحاولة شلّ قدرات القيادة والسيطرة لدى الصرب أدى بأن تكون مثالاً على الحرب الإلكترونية، ولم تتطور حتى اليوم تلك الحرب لكي تصل إلى أن تكون جزءاً من حروب علنية تجري بين دولتين بالرغم من بدايات ظهور مؤشرات عليها في حربي روسيا-استونيا،وروسيا-جورجيا حيث تزامن الهجوم الإلكتروني بطريقة منظمة على البنية التحتية للمعلومات في جورجيا واستونيا مع العمليات العسكرية التي كانت تدور على الأرض، وبالرغم من أن روسيا لم تعلن صراحة انها قامت بتلك الهجومات الالكترونية إلا أن التقارير على الإنترنت تشير إلى أن مجموعات المهاجين الالكترونيين الروس مرتبطة بطريقة أو بأخرى بمنظومة السلطة والسيطرة الروسية وتتلقى تعليماتها وتوجيهاتها منها.

وتمثل الحرب الالكترونية مخاطر جمة على الدول النامية التي أرادت من ناحية توطين التكنولوجيا وإحراز التقدم في المجال التقني، ومن ناحية أخرى لم تتقدم في مجال الأمن المعلوماتي والإلكتروني، حيث بقي التفوق في هذا المجال بيد الدول الكبرى والدول المصنعة للبرامج المعلوماتية، ويجري اليوم سباق نحو التسلح الرقمي بين الدول وعلى رأسها أمريكا و(إسرائيل) وكوريا الشمالية والصين وايران وروسيا وبريطانيا من أجل توظيف تلك الإمكانيات في أي حرب عسكرية قادمة.

ومن الممكن تقسيم الحرب الإلكترونية إلى عدة مجالات:

1. الدفاع الإلكتروني والذي يعنى بالدفاع عن أنظمة وأجهزة ومعلومات الدولة والجيش والمخابرات والمجتمع.

2. الهجوم الإلكتروني وهو المجال الذي يتمثل بالعمليات الإلكترونية التي تهدف إلى التشويش على مصادر المعلومات وتدميرها وحرمان العدو من استخدامها لصالحه خلال أوقات الأزمات أو الحروب العسكرية.
3. التجسس الرقمي وقد شهدنا منذ فترة اكتشاف شبكة الشبح الرقمية الصينية التي تجسست على أكثر من 100 دولة ومن دون أن يتم اكتشافها إلا مؤخراً.



شكل (1)

من ويكيبيديا، الموسوعة الحرة، http://ar.wikipedia.org/wiki/

وهناك العديد من أنواع الهجوم في حرب الإنترنت، وهي مرتبة من الأقل خطراً إلى الأشد خطورة:

1. **تخريب المواقع:** الهجمات التي تشوه صفحات على الإنترنت، أو denial-of-service attacks، هذا النوع من الهجمات عادة ما يُرّد بسرعة وضرره محدود.
2. **الدعاية:** رسائل سياسية يمكن نشرها لأي شخص يرى الإنترنت.
3. **تعطيل المعدات:** الأنشطة العسكرية التي تستعمل الحواسب والسواتل للتنسيق هي في خطر من هذا النوع من الهجمات، الأوامر والاتصالات يمكن اعتراضها أو استبدالها مما يعرض حياة الجنود للخطر.
4. **مهاجمة البنى التحتية الحساسة:** شبكات الكهرباء والماء والوقود والاتصالات والمواصلات كلهم معرضون لهجمات الإنترنت.(2)

أسلحة حرب المعلومات

مهما كان نوع الحرب المعلوماتية – ضد فرد، مؤسسة، أو دولة– فلابد من وجود أسلحة تستخدم لتنفيذ هذه الحرب ومن هذه الأسلحة:

1) فيروسات الحاسوب

هي برامج خارجية صُنعت عمداً بغرض تغيير خصائص الملفات التي يصيبها لتقوم بتنفيذ بعض الأوامر إما بالإزالة أو التعديل أو التخريب وما شابهها من عمليات، أي أن الغرض منها هو إلحاق الضرر بحاسوب آخر أو السيطرة عليه، وتتم كتابتها بطريقة معينة،وقد تستخدم الفيروسات لتعطيل شبكات الخدمات والبنية التحتية لطرف المستهدف كأن يتم عن طريقها إحداث فشل في شبكة الاتصالات لدولة ما كما حدث مع نظام شركة AT&T الأمريكية في 15 يناير سنة 1990.

2) الديدان Worms

هي برامج صغيرة مستقلة لا تعتمد على غيرها وتتكاثر بنسخ نفسها عن طريق الشبكات صنعت للقيام بأعمال تخريبية كأن تعمل على قطع الاتصال بالشبكة أو سرقة بعض البيانات الخاصة بالمستخدمين أثناء تصفحهم للإنترنت، وتمتاز بسرعة الانتشار ويصعب التخلص منها نظراً لقدرتها الفائقة على التلون والتناسخ والمراوغة، وغالباً عندما تستخدم في حروب المعلومات فأنها تستهدف الشبكات المالية التي تعتمد على الحاسوب: مثل شبكات البنوك.

3) أحصنة طروادة Trojan horses

هي شفرة أو برنامج صغير مختبئ في برنامج كبير من البرامج ذات الشعبية العالية، ويقوم ببعض المهام الخفية كأن يعمل على نشر دودة أو فيروس، وهو مبرمج بمهارة عالية إذ لا يمكن اكتشاف وجوده؛ حيث يعمل دائماً على مسح آثاره التي لا تحمل صفة تخريبية، وغالبا ما يعمل على إضعاف قوى الدفاع لدى الضحية ليسهل اختراق جهازه وسرقة

بياناته كأن يقوم مثلاً بإرسال بيانات عن الثغرات الموجودة في نظام ما، وكذلك إرسال كلمات المرور السرية الخاصة بكل ما هو حساس من مخزون معلومات الطرف المستهدف.

4) القنابل المنطقية **logic bombs**

تعد نوع من أنواع أحصنة طروادة حيث يزرعها المبرمج داخل النظام الذي يطوره وقد تكون برنامجاً مستقلاً وتُصمم بحيث تعمل عند حدوث أحداث معينة أو تحت ظروف معينة أو لدى تنفيذ أمر معين، وتؤدي إلى تخريب أو مسح بيانات أو تعطيل النظام لطرف المستهدف.

5) الأبواب الخلفية **backdoors**

هي ثغرة تُترك عن عمد من قبل مصمم النظام؛ لكي يستطيع الدخول إلى النظام عند حاجته لذلك، وتجدر الإشارة إلى أن كل البرامج والنظم التي تنتجها الولايات المتحدة الأمريكية تحتوي على أبواب خلفية تستخدمها عند الحاجة، وهو ما يمكن هيئات وأركان حرب المعلومات من التجوال الحر داخل أي نظام لأي دولة أجنبية.

6) الرقائق **chipping**

من الممكن أن تحتوي بعض الرقائق على وظائف غير متوقعة أو معروفة كما في البرامج والنظم حيث يمكن للدوائر المجمعة التي تشكل هذه الرقائق أن تحتوي على وظائف إضافية أثناء تصنيعها، ولا تعمل في الظروف العادية، إلا أنها قد تعلن العصيان في توقيت معين، أو بالاتصال بها عن بعد؛ حيث يمكن أن تستجيب لتردد معين لبعض موجات الراديو، فتشل الحياة في مجتمع أو دولة ما.

7) الماكينات والميكروبات فائقة الصغر

ويطلق عليها (Nano machines and Microbes)، وهي عكس الفيروسات حيث أنها تصيب عتاد النظام (Hardware) فالـ (Nanomachines)عبارة عن (robots) فائقة الصغر قد تنتشر في مبنى نظام معلوماتي في دولة معادية أو منافسة؛ حيث

تتفشى في الردهات والمكاتب حتى تجد حاسباً آلياً، وتدخل إليه من خلال الفتحات الموجودة به، لتبدأ عملها بإتلاف الدوائر الالكترونية.

أما الميكروبات (Microbes) فمن المعروف أن بعضاً منها يتغذى على الزيت، فماذا لو تم تحويرها جينيّاً لتتغذى على عنصر الـ((silizium) المكون الهام في الدوائر الإلكترونية؟ إن هذا يعني تدمير وإتلاف الدوائر الإلكترونية في أي معمل يوجد فيه حاسبات آلية أو حاسب خادم (server) لموقع على الإنترنت، أو مبنى هام أو حساس يدار بالكمبيوتر، أو حتى مدينة بأسرها عن طريق إتلاف دوائر التحكم الإلكترونية فيها.

8) الاختناق المروري الإلكتروني

في الماضي تمّ استخدام التشويش الإلكتروني لعرقلة الاتصال وربما قطعه بحيث لا يتمكن الطرف المستهدف من إرسال واستقبال المعلومات، وتم تطوير هذه الخطورة ليصبح بدلاً من عرقلة الاتصال استبدال المعلومات وهي في طريقها إلى المستقبل بمعلومات غير صحيحة.

9) مدافع HERF

عبارة عن مدافع تطلق موجات راديو مركزة وعالية الطاقة والتردد (high energy radio frequency) والتي يمكنها تعطيل وإتلاف أي هدف إلكتروني، أما مستويات الضرر التي قد تحدثها فهي تختلف من ضرر متوسط كغلق شبكة حاسب مثلاً أو إعادة تشغيله بشكل دوري فلا يمكن استغلاله، إلى ضرر بالغ كإعطاب العتاد الخاص بالحاسب أو الشبكة بشكل لا يمكن بعده إصلاح الحاسب أو الشبكة.

10) قنابل EMP

هي تشبه المدافع غير أنها تستخدم نبضات إلكترومغناطيسية (Electromagnetic Pulse)؛ حيث يمكن التسلل إلى مواقع العدو الإلكترونية الحساسة والهامة وإلقاء هذه القنابل التي سوف تتلف كل الحواسب والشبكات في دائرة انفجارها غير

المدوي أو المشتعل، وهي وإن كانت أصغر حجماً من مدافع HERF إلا أنها أوسع وأبعد أثراً؛ حيث أنها لا تنتقي هدفاً معين، بينما قذيفة مدفع HERF تنتقي هدفها.[3]

ومن جانب آخر تحولت حرب الإنترنت من الخيال العلمي إلى واقع، حسب تقرير أعدته مؤسسة مكفي للخدمات الأمنية، واستند التقرير إلى خلاصات كانت ثمرة تحليل للهجمات الأخيرة التي تعرض لها شبكة الإنترنت، وقد تبين من الدوافع التي أدت إلى شن مثل هذه الهجمات أنها كلها نابعة من أغراض سياسية، حيث إن العديد من الدول بدأت تعد العدة للتصدي لهذه الهجمات ولشن أخرى مضادة عبر الإنترنت، فهناك على الأقل خمسة بلدان من المعروف أنها تسلح نفسها استعداداً لهذا الصنف من الصراعات وهي بريطانيا وفرنسا وألمانيا والصين وكوريا الشمالية.

وبالتأكيد فإن ثمة أدلة على ارتفاع عدد الهجمات عبر الإنترنت يمكن تصنيفها في خانة (الاستكشاف) الممهد لصراعات في المستقبل؛ وإن السهولة التي تطبع عملية تجميع الوسائل التي تخاض بها هذه الحرب مثيرة للقلق الشديد، فخوض حرب ميدانية يتطلب مليارات الدولارات، ولكن لشن حرب إنترنت لا يحتاج الكثير من الناس لموارد كبيرة، وإن أهداف هذا الصنف الجديد من الحروب هو البنية التحتية للأمة، لأن الشبكة الإلكترونية تمتزج بحياتنا اليومية أكثر فأكثر،لهذا السبب أقامت العديد من البلدان وكالات هدفها المراقبة والتأكد من أن البنية التحتية الحساسة محصنة ضد الهجمات عبر الإنترنت.[4]

تشبيك المجتمعات الإلكترونية

ارتبط تعاظم الدور المحوري للأنترنت بتقديم مقاربات جديدة تجاوزت مفاهيم الاعلام والاتصال، فالشبكة الدولية رفعت من درجة التشبيك (Networking) بين المجتمعات، وعززت من مفاهيم وركائز الدمقرطة(Démocratisation)، بفعل مساهمتها القوية والرادعة في القضاء على معوقات التنمية السياسية (Political Development)، لقد حلقت فوق المفاهيم التقليدية لأمن الدولة، وتجاوزت أزمات التنمية كالتغلغل والتوزيع والهوية والشرعية، لتشكل مفهوماً جديداً لمفهوم (الموطن العالمي الافتراضي)، و(الرأي العام الإلكتروني)، و(الديمقراطية الإلكترونية)، وذلك بفعل تزايد مصادر المعلومات المفتوحة،

وتزايدها، وتوائدها وتعاملها بمنطق الذكاء الجماعي (Aggregate Inteligence) لكل محاولات القرصنة والتدمير، وثمة زاويتين متباينتين في النظر لحجم الثورة الإلكترونية:

1. **الزاوية المتفائلة:** التي تنظر إلى الأنترنت كسلطة جبرية قاهرة عززت دمقرطة الإعلام، وإستحدثت مفاهيم ترتبط بالأمن المعلوماتي، بين من يملك المعلومات وأدوات صيانتها وصوغها وحمايتها، ومن يقتات على هامش المعلومة.
2. **الزاوية المتشائمة:** فهي تلك النزعة الحقوقية القانونية حول حدود الإعلام ومراتب الحرية، وجنح الإعلام وجرائم الإتصال والانتخابات الإلكترونية، حتى أن المصادر المفتوحة بدت في نظر الكثير من الحقوقيين مصادر إعلامية بلا روح ميثاقية أخلاقية، ونقطة إرتكاز تفيد المتبع للشأن الإعلامي، وتعطي دفقة حيوية لصانع القرار السياسي، لكنها تولد لديه أسئلة جوهرية قانونية، تنبؤ بميلاد علوم جديدة كقانون الإنترنت، قانون الانتخابات الالكتروني، والجرائم الالكترونية والإرهاب الإلكتروني.[5]

وبدون شك فأن ما تمثله سلطة الانترنت يمثل جوهر قوتها المعاصرة في كونهاخلقت مواطنا يتمتع بسلطة تأثير قوية، تسلحها مواقع المعلومات المفتوحة وفضاءات (اليوتوب)، و(التويتر) وآلاف المواقع المستنسخة.

حرب المعلومات الرقمية

ما يميز العصر الحالي هو الكم الهائل من المعلومات المتوافرة لدى الناس، والتي تتضمن المعلومات الحكومية والسياسية والاقتصادية وغيرها، إذ أنها لم تكن متوافرة للاستخدام في الماضي، إلا أن ما يشغل بال المضطلعين في مجال الإنترنت والمعلوماتية هو شكل هذه المعلومات، وطريقة تقديمها، إذ أنها تبدو باهتة للغاية، ومملة للمستخدمين.

إن التضخم الكبير في صناعة المعلومات جعل الاعتماد على نظمه الحديثة أكبر وأكثر في إدارة أمور الحياة المختلفة، ولذا فإن استخدام المعلومات سلاحاً أصبح أكثر عنفاً وأشد تأثيراً، لذلك ادركت الدول المتقدمة تقنياً أهميته منذ ذلك الحين، فاعتمدته وسعت لتطبيقه في المجالات السياسية والعسكرية والاقتصادية والثقافية.

لقد ازداد الاعتماد على نظم المعلومات والاتصالات في آخر عقدين من القرن الماضي ازدياداً مطّرداً حتى أصبحت تلك النظم عاملاً رئيساً في إدارة جميع القطاعات المختلفة؛ كالمصرفية والتجارية والأمنية، فضلاً عن المشاريع الحيوية والحساسة، كتوليد الطاقة ونقلها، ووسائل المواصلات الجوية والبحرية والبرية.

إن قيمة المعلومة اليوم في تزايد مستمر منذ بداية العهد الزراعي إلى الثورة الصناعية ووصولاً إلى عصر المعلومات الذي أضحت المعلومة فيه لا تقدر بثمن؛ لتصبح مجالاً وهدفاً للحرب التي لا تطمس معالم الحضارة وإنّما تقوم باستئصال بالغ للمعلومات والبيانات، ومحوها من على وسائط تخزينها؛ لتعم فوضى عارمة شاملة مسببة خسائر فادحة.

إنها باتت أوسع نطاقاً وأقوى نفوذاً وأعمق تأثيراً في السلوك وفي التمثلات، وهي لم تعد تقتصر فقط على الفعل المباشر، المبني على حسابات التدمير للطبيعة والبشر والحجر، بل باتت تركز على استهداف منظومات المعلومات التي على أساسها تتخذ القرارات، أو تعتمد السياسات، أو تحفظ الأسرار، العسكري منها كما الاقتصادي كما السياسي سواء بسواء.

إن المتتبع لتاريخ البشرية يجد أن حرب المعلومات ليست حديثة بل هي حروب ضاريه في القدم، لأن التنافس على المعلومات قديم قدم البشرية، والمجتمعات والمؤسسات والأفراد جميعهم يبحث عن زيادة وحماية ما يملكونه من معلومات، كما يحاولون الحد مما يعرفه الخصم من معلومات تخصهم، ولكن نستطيع القول أن ظهور مصطلح حرب المعلومات (Information Warfare, IW) لأول مرة كان عام (1975م) حيث أدركت الدول المتقدمة تقنياً أهميتها فسعت إلى تبنيها وتطبيقها في جميع المجالات سواءً السياسية والعسكرية والاقتصادية والثقافية، وفي أواخر التسعينات الميلادية ظهر مصطلح أوسع من حرب المعلومات وهو العمليات المعلوماتية (Information Operations) التي تشمل أي عملية عسكرية،أوغير عسكرية، هدفها السيطرة على تفكير الخصم ومنعه من ممارسة أي عملية[6].

ولقد ذاعت عبارة (حرب المعلومات) في نهاية الثمانينات عندما اقتربت الحرب الباردة من نهايتها، ولا ريب أن بعض المحللين وصف حرب الخليج الأولى سنة 1991 بأنها

(حرب المعلومات الأولى)، وقد دخلت هذه العبارة قاموس الإعلام الشعبي منذ ذلك الحين، في حين أُصدرت مجلات أكاديمية وعُقدت مؤتمرات دولية وحتى أُسست معاهد فكرية لتحليلها، إنها شيء يُستخدم بديلاً عن عبارة (الحرب الإعلامية)أحياناً، لكن بما أنها أصبحت عقيدة عسكرية أيضاً، فإن علاقة حرب المعلومات بالوسط الإعلامي، أو بالشؤون العسكرية العامة، يمكن أن تسبب بعض الخلط في القاموس العسكري الذي يستخدم عبارة (عمليات المعلومات) الأشمل بدلاً منها، وقد تعاظمت الأهمية العسكرية لحرب المعلومات لأن الصراعات الحديثة تحوّلت من خوض حروب تقليدية إلى استراتيجيات مكافحة التمرد الأمر الذي يستدعي اهتماماً زائداً بما يسمى (القلوب والعقول).

وتنهض استراتيجية حرب المعلومات على افتراض أن نظم المعلومات الإلكترونية ستكون المستهدفة في المقام الأول في مسارح العمليات المستقبلية، لأنها صارت القوة الدافعة ليس فقط في المجال العسكري بما تحويه هذه النظم من معلومات كاملة غاية في السرية عن البنية العسكرية للدول، ولكن أيضاً بنياتها الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والإعلامية، وجميعها ذات تأثير قوي على مسار الحرب، لذلك برز في الحروب الإقليمية الأخيرة الدور الحيوي لشبكات المعلومات والأقمار الصناعية للتجسس والاتصالات والمراكز الفضائية وشبكة الإنترنت، لاسيما في مجال الإنذار والاتصالات والقيادة والسيطرة والكمبيوتر والمعلومات وإدارة المعارك، لذلك فإن التوصيف الدقيق لحرب المعلومات يعني أنها ستكون معارك تستهدف السيطرة أو الاستيلاء على مقدرات المعلومات الإلكترونية لدولة العدو، وإرباكها من خلال التحكم في كل شبكاته العسكرية والمدنية، وسيستهدف الهجوم الإلكتروني تعطيل أجهزة الكمبيوتر المركزية والفردية للعدو، وبما يعني إرباك خططه العسكرية، فضلاً عن خطوط اتصالاته الداخلية والخارجية، ومصادر الطاقة، وشبكات المواصلات فوق وتحت سطح الأرض (جوية وسكك حديد ومترو وإشارات مرور وسفن.. إلخ)، وإفساد حركة البنوك، وتعطيل حركة المطارات والموانئ، أما في الجانب العسكري فتستهدف تعطيل أنظمة التسلح العاملة إلكترونياً، خاصة رادارات الإنذار والقيادة والسيطرة التي تدير وحدات الدفاع الجوي، وشل شبكات القيادة والسيطرة السياسية والاستراتيجية والعسكرية بمستوياتها المختلفة، وبذلك تقع الصدمة الاستراتيجية المطلوبة لقيادات وقوات العدو، وليس من الضروري في هذه الحرب أن يتحقق النجاح التام لها، ذلك أن السيطرة الجزئية أو المؤقتة لتدفق المعلومات سيساعد على تعمية العدو، وتحويله إلى حالة (إعماء إلكتروني)

تحقق الانتصار بأقل قدر من الخسائر،[7] ويعرف (وين شوارتو) حرب المعلومات عن طريق فصلها إلى ثلاثة مستويات: شخصية، ومؤسسية، وعالمية.

1) حرب المعلومات الشخصية:

يتم فيها الهجوم على خصوصية الأفراد في الفضاء المعلوماتي بالتنصت عليهم ومراقبة شؤونهم الإلكترونية عبر البريد الإلكتروني، ومكتب التحقيقات الفيدرالية الأمريكية له برنامج carnivore الشهير في التلصص على البريد الإلكترونية، وكذلك العبث بالسجلات الرقمية وتغيير مدخلاتها المخزونة في قواعد البيانات.

2) حرب المعلومات بين الشركات والمؤسسات:

وهي حرب تدور ضمن إطار المنافسة أكثر من العداء إلا أنها ليست بالشريفة بأي معيار، وتسودها قوانين الحرب التي قوامها استباحة كل شيء لتعطيل المنافس وتهديد أسواقه، فقد تقوم شركة باختراق النظام المعلوماتي لمنافسها، وتسرق نتائج وتفاصيل أبحاثه، ليس هذا فحسب بل قد تدمر البيانات الخاصة بمنافسها أو تستبدلها ببيانات زائفة في لمح البصر، وتستطيع بعد هذه الجولة من الحرب المعلوماتية أن تجعل الأمر يبدو كما لو كان حادثا أحدثه فيروس كمبيوتري.

3) حرب المعلومات العالمية:

ينشب هذا النوع من الحروب المعلوماتية بين بعض الدول، أو قد تشنه القوى الاقتصادية العالمية على بلدان بأعيانها، لسرقة أسرار الخصوم أو الأعداء وتوجيه تلك المعلومات توجيهاً مضاداً لمصالحهم، وهي حروب قائمة وجارية بالفعل، واللغط المثار حول نظام التجسس الأمريكي- البريطانيechelon هو أبرز تجليات تلك الحرب وأكثر قضاياها سخونة على الساحة العالمية، وزُودت الأقمار الصناعية بأنظمة مراقبة شديدة الدقة تستطيع مراقبة التحركات في أي مكان من العالم، وهذه أداة إضافية في هذه الحروب المعلوماتية غير المتوازنة، فحتى موقع Google Earth المجاني لا يعطي دقة كبيرة فوق الأراضي المحتلة في فلسطين كما يعطيها فوق الأراضي العربية.[8]

إن حرب المعلومات هي حرب عصر المعلومات، وربما حرب ما بعد عصر المعلومات؛ والحرب عادة ما تتطور بتطور المجتمعات شأنها في ذلك شأن الكثير من السلوكيات والأفعال في المجتمع، فالحرب في المجتمع الزراعي تختلف في أساليبها وأهدافها عنها في المجتمع الصناعي وعنها في عصر المعلومات أو في المجتمع المعلوماتي.

إن حرب المعلومات تبنى على قيمة مصادر المعلومات لكل من المهاجم والمدافع، فعملية الهجوم تهدف إلى زيادة القيمة للهدف في حالة الهجوم، بينما تقلل قيمته في حالة الدفاع، وتحاول عملية الدفاع مواجهة احتمال الخسارة في القيمة، كما أن حرب المعلومات هي عملية (كسب – خسارة)، وأنها تتعلق بالحرب بالمفهوم العام الشامل لها لمواجهة أنواعاً محددة من الجرائم والعمليات وتمثل حرب المعلومات صراعاً على امتلاك المعلومات والسيطرة عليها، وهذاالصراع يحدث على مستويات ثلاثة هي:

أ. الصراع الفكري للخصم (Ideational Struggle) ويشمل الآليات النفسية والإعلامية والدبلوماسية والعسكرية المؤثرة في عقل الخصم سواء كان الخصم قائداً عسكرياً أومجتمعا بأكمله.

ب. السيطرة المعلوماتية(Information Dominance)، ويشمل هذاالمستوى السيطرة على شؤون الصراع المادي.

ج. الدفاع عن التدفق المعلوماتي، ويشمل التصدي للهجوم على أي بناء معلوماتي عسكري أو مدني بما في ذلك مواجهة الدخلاء والمتطفلين والتدمير المادي للأبنية المعلوماتية والخداع والعمليات النفسية.

والخلاصة هي أن حرب المعلومات الهجومية يمكن أن تكون من الداخل، أو الخارج وأن أشكال العدوان المعلوماتي تتراوح بين الهجوم على البيانات والبرمجيات والدخول غير الشرعي والقرصنة والهجمات المادية على مواقع المعلومات، أما الأهداف تتكون من أربعة أهداف رئيسة لحرب المعلومات هي: الاستغلال، والخداع، وخلق الفوضى، وأخيراً التدمير للمعلومات ونظمها.[9]

أنواع الحروب المعلوماتية

هناك ثلاثة عناصر أساسية للحرب المعلوماتية هي (المهاجم) و(المدافع) و(المعلومات وأنظمتها)، وبناءً على ذلك نميز بين نوعين من الحروب المعلوماتية وهي: [10]

أولاً: الحرب المعلوماتية الهجومية:

تستهدف الحرب المعلوماتية الهجومية معلومات معينة أو نظم معلومات عند الطرف المراد مهاجمته (المدافع) وذلك لزيادة قيمة تلك المعلومات أو نظمها بالنسبة للمهاجم أو تقليل قيمتها بالنسبة للمدافع أو بهما جميعاً، أما قيمة المعلومات ونظمها فهي مقياس لمقدار تحكم واستحواذ المهاجم (أو المدافع) بالمعلومات ونظمها، إن ما يسعى للحصول عليه المهاجم في حربه المعلوماتية من أهداف قد تكون مالية كأن يقوم بسرقة وبيع سجلات لحسابات مصرفية، وقد تكون الحرب المعلوماتية الهجومية لأهداف سياسية أو عسكرية، أو لمجرد الإثارة وإظهار القدرات.

إن عمليات الحرب المعلوماتية المتعلقة بزيادة قيمة المعلومات ونظمها بالنسبة للمهاجم لها عدة أشكال، من أهم هذه العمليات هي التجسس على المدافع وذلك لسرقة معلومات سرية عنه بغض النظر عن الأهداف فقد تكون هذه الأهداف تجارية بين شركات أو إستراتيجية وعسكرية بين دول، ومن تلك العمليات أيضاً التعدي على الملكية الفكرية وقرصنة المعلومات كسرقة البرامج الحاسوبية وتوزيع مواد مكتوبة أو مصورة بدون إذن المالك الشرعي لهذه المواد وهذا النوع من العمليات انتشر بشكل كبير مع وجود الإنترنت نظراً لسهولة النشر والتوزيع على هذه الشبكة.

ولا يقتصر هذا الصنف من المهاجمين على الممارسات بين الدول بل قد يكون ذلك الشخص المهاجم يعمل داخل شركة حيث يقوم بسرقة معلومات تجارية سرية من تلك الشركة وذلك لغرض إفشائها أو بيعها لشركات منافسة أو التلاعب بالسجلات المالية وذلك لمطامع وأهداف شخصية.

إن من أشهر الجرائم المعلوماتية تلك التي أطاحت ببنك بارينجز (Barings Bank) في بريطانيا، حيث قام أحد مسؤولي البنك باستثمارات كبيرة للبنك في سوق

الأسهم اليابانية وبعد سقوط حاد لتلك الاستثمارات حاول إخفاء الخسائر والتي قُدِّرت بحوالي بليون جنيه إسترليني في حسابات وهمية على الأنظمة المالية للبنك.

أما الصنف الثاني فهم المجرمون المحترفون الذين يسعون لسرقة معلومات حساسة من جهات تجارية أو حكومية لا ينتمون إليها وذلك لغرض بيعها على جهات أخرى تهمها تلك المعلومات يمثل ما يسمى بـ (القراصنة **Hackers**)، أما الصنف الثالث للمهاجين، والذين لا يهدفون في حربهم المعلوماتية إلا للمغامرة وإظهار القدرات أمام الأقران، فلا توجد عادةً عند هؤلاء أطماع مالية، وهناك الصنف الرابع من أصناف المهاجين في الحرب المعلوماتية هو تلك الجهات المنافسة التي يسعى بعضها للوصول إلى معلومات حساسة لدى الطرف الآخر، وذلك سعياً للوصول إلى موقف أفضل من الجهة المنافسة.

أما الصنف الخامس فهو حكومات بعض الدول، تسعى من خلال حروب جاسوسية إلى الحصول على معلومات إستراتيجية وعسكرية عن الدول الأخرى، ولعل من أشهر تلك الحروب الجاسوسية تاريخياً تلك التي كانت بين الولايات المتحدة والاتحاد السوفييتي خلال الحرب الباردة.

ثانياً: الحرب المعلوماتية الدفاعية:

تشمل الحرب المعلوماتية الدفاعية جميع الوسائل الوقائية المتوفرة للحد من أعمال التخريب التي قد تتعرض لها نظم المعلومات، وبالطبع فإن هذه الوسائل الوقائية هي فقط لتخفيض الأخطار فليس من المتوقع عملياً أن توجد وسائل لمنع جميع الأخطار.

إن ازدهار صناعة تقنية المعلومات وانتشارها في السنوات القليلة الماضية كان سبباً في ازدهار وانتشار صناعة أدوات التخريب المعلوماتية، حيث تقدم مواقع كثيرة على شبكة الإنترنت أدوات تخريبية يمكن استخدامها لشن هجوم على أجهزة حاسوبية مرتبطة بالشبكة وإحداث أشكال مختلفة من التخريب، وتتعدد أشكال التخريب الذي يمكن أن تتعرض له نظم المعلومات والأضرار التي قد تنتج عنه، فهناك أدوات تخريبية تقوم بحذف معلومات وأخرى تقوم بسرقة معلومات أو تغييرها، كما تقوم أدوات تخريبية أخرى بإحداث بعض الأضرار على أجهزة نظم المعلومات، وهناك أدوات كثيرة أخرى لا تقوم بعملية تخريب

مباشر وإنما يمكن استخدامها بطريقة غير مباشرة لإحداث ضرر، لذا فإن الوسائل الدفاعية تختلف باختلاف تلك الأدوات التخريبية وطبيعة الأضرار التي قد تحدثها.

ويمكن تقسيم وسائل الدفاع إلى أربعة أنواع:

1. المنع والوقاية حيث تسعى الوسائل الدفاعية إلى منع حدوث المخاطر من البداية وذلك بحماية نظم المعلومات من وصول المهاجمين المحتملين إليها، تشمل هذه الوسائل إجراءات إخفاء المعلومات (Information Hiding) وتشفيرها كما تشمل كذلك إجراءات التحكم في الدخول على نظم المعلومات (Access Controls).
2. التحذير والتنبيه والذي يسعى لتوقع حدوث هجوم قبل حصوله أو في مراحله الأولى، يتكامل هذا النوع مع النوع الثالث لوسائل الدفاع.
3. كشف الاختراقات والذي يعد من أشهر وأكثر وسائل الدفاع استخداما، حيث يشمل ذلك وسائل تقليدية كاستخدام كاميرات مراقبة للكشف عن دخول غير المصرح لهم للمبنى الذي يضم نظم المعلومات المطلوب حمايتها، كما يشمل هذا المجال وسائل تقنية حاسوبية تتمثل في برامج وأجهزة تقوم بمراقبة العمليات التي تعمل نظم المعلومات على تنفيذها، وذلك للكشف عن عمليات غير مصرح بها تكون هذه العمليات مؤشراً لاختراقات تمت على تلك النظم.
4. التعامل مع الاختراقات، حيث تناقش هذه الوسائل الآليات اللازمة للتعامل مع الاختراقات بعد حدوثها مثل كيفية إعادة النظم إلى وضعها الطبيعي، وتجميع الأدلة والبراهين التي يمكن عن طريقها معرفة هوية المخترق ومن ثم مقاضاته، وتوثيق الحادث وذلك لتجنب تكرار حدوثه في المستقبل.

سيناريوهات حروب المعلومات[11]

وكما هي الحال في أية حرب، فإن الجيوش المتصارعة تستهدف دوما ثلاثة عناصر أساسية من أجل كسب المعركة؛ وهي العناصر العسكرية، والاقتصادية، والسياسية أو بكلمات أخرى إرادة الشعب، وفي عالم حروب المعلومات تجد العناصر الثلاثة نفسها وعلى رأسها مراكز القيادة والتحكم العسكرية، والبنوك والمؤسسات المالية، ومؤسسات الخدمات كمؤسسات المياه والكهرباء وذلك لإخضاع إرادة الشعوب.

1) الهجمات على الأهداف العسكرية

تستهدف هذه النوعية من الهجمات عادة، الأهداف العسكرية غير المدنية، والمرتبطة بشبكات المعلومات، وهذا النوع من الهجمات نادر الحدوث عادة لعدة أسباب أولها هو أنه يتطلب معرفة عميقة بطبيعة الهدف، وطبيعة المعلومات التي يجب النفاذ إليها، وهي معرفة لا تملكها إلا الحكومات، إضافة إلى أن الحكومات تقوم عادة بعزل المعلومات العسكرية الحساسة عن العالم، ولا تقوم بوصل الأجهزة التي تحملها بالعالم الخارجي بأي شكل من الأشكال، ولكن يبقى الحذر واجباً من عمليات التخريب الداخلية، ومن هنا تأتي ضرورة وضع نظم موثوقة للتحقق من شخصيات المستخدمين، والتحديد الدقيق لطبيعة المعلومات التي يُسمح بالنفاذ إليها، ومن السيناريوهات التي تمثل هذا النوع من الهجمات، هو النفاذ إلى النظم العسكرية واستخدامها لتوجيه جنود العدو إلى نقطة غير آمنة قبل قصفها بالصواريخ مثلاً.

2) الهجمات على الأهداف الاقتصادية

أصبح الاعتماد على شبكات الكمبيوتر شبه مطلق في عالم المال والأعمال، مما يجعل هذه الشبكات، نظرا لطبيعتها المترابطة، وانفتاحها على العالم، هدفاً مغرياً للعابثين والمكرة، ومما يزيد من إغراء الأهداف الاقتصادية والمالية هو أنها تتأثر بشكل كبير بالانطباعات السائدة والتوقعات، والتشكيك في صحة هذه المعلومات، أو تخريبها بشكل بسيط يمكن أن يؤدي إلى نتائج مدمرة، وإضعاف الثقة في النظام الاقتصادي، ولذلك فإن الهجمات ضد نظم المعلومات الاقتصادية يمكن لها أن تكون مؤذية جدا، ومن الأمثلة على الهجمات الاقتصادية هي العملية التي قامت بها مجموعة من المكرة، تُعرف باسم نادي الفوضى، في عام 1997، حيث قام هؤلاء بإنشاء برنامج تحكم بلغة آكتف إكس مصمم للعمل عبر إنترنت ويمكنه خداع برنامج كويكن Quicken الحاسبي بحيث يقوم بتحويل الأموال من الحساب المصرفي للمستخدمين، وباستخدام هذا البرنامج أصبح بإمكان هؤلاء المكرة سرقة الأموال من أرصدة مستخدمي برنامج كويكن في جميع أنحاء العالم، وهذه الحالة هي مثال واحد فقط على الطرق التي يمكن بها مهاجمة شبكات المعلومات الاقتصادية واستغلالها، وهي طرق يمكن أن يكون لها آثار مدمرة على المجتمعات.

3) الهجمات على شبكات الطاقة الكهربية

أصبح الاعتماد على شبكات المعلومات، وخصوصاً في الدول المتقدمة، من الوسائل المهمة لإدارة نظم الطاقة الكهربية، ويمكن لهجمات على مثل هذا النوع من شبكات المعلومات أن تؤدي إلى نتائج خطرة وحقيقية، وخصوصا في ظل اعتماد الإنسان المعاصر على الطاقة الكهربائية، ومن الإحصائيات البشعة التي يمكن لها أن تدلنا على فعالية مثل هذا النوع من الهجمات هي تلك المتعلقة بالهجمات على العراق خلال حرب الخليج الثانية، حيث تشير مصادر كلية الحرب الأمريكية إلى أن ضرب مولدات الطاقة الكهربائية العراقية أدى بشكل غير مباشر إلى موت ما بين 70 إلى 90 ألف مواطن عراقي كنتيجة مباشرة لعدم توفر الطاقة الكهربائية، ولذلك، فإن شبكات المعلومات المرتبطة بشكل مباشر أو غير مباشر بشبكات الطاقة الكهربائية تعد من الأهداف الأولى التي قد يستهدفها الإرهاب الإلكتروني.

ولا يتوقف الأمر عند هذا الحد، حيث أن هنالك الكثير من الأهداف الأخرى، التي يمكن بواسطتها للهكرة المتمكنين أن يشيعوا الفوضى في الحياة المدنية، فهنالك مثلا شبكات المعلومات الطبية، والتي يمكن لمهاجمتها، واختراقها، ومن ثم التلاعب بها أن يؤدي إلى خسائر في أرواح المرضى من المدنيين، وهنالك حالات في العالم الغربي حيث قام الهكرة بالنفاذ إلى سجلات المستشفيات والتلاعب بسجلات المرضى بشكل أدى إلى حقن هؤلاء بأدوية وعلاجات كانت مميتة بالنسبة لهم، وحتى لو افترضنا أن شبكات المعلوماتية الخاصة بالمؤسسات الطبية منيعة، فإن رسالة واحدة تُنشر مثلا بالبريد الإلكتروني، مفادها أن هنالك دماء ملوثة في المستشفيات وما إلى ذلك، يمكن لها أن تحدث آثاراً مدمرة على الصعيد الاجتماعي.

ومن المتوقع أن تصبح الحرب الإلكترونية نموذجا تسعى إليه العديد من الجهات نظرا للخصائص العديدة التي تنطوي عليها، ومنها:

أ. **حروب الإنترنيت هي حروب لا تناظرية (Asymmetric)**: فالتكلفة المتدنية نسبيا للأدوات اللازمة لشن هكذا حروب يعني أنه ليس هناك حاجة لدولة ما مثلا أن تقوم

بتصنيع أسلحة مكلفة جدا كحاملات الطائرات والمقاتلات المتطورة لتفرض تهديداً خطيراً وحقيقياً على دولة مثل الولايات المتحدة الأمريكية على سبيل المثال.

ب. **تمتّع المهاجم بأفضلية واضحة:** في حروب الإنترنيت يتمتع المهاجم بأفضلية واضحة وكبيرة على المدافع، فهذه الحروب تتميز بالسرعة والمرونة والمراوغة، وفي بيئة مماثلة يتمتّع بها المهاجم بأفضليّة، ومن الصعب جدا على عقليّة التحصّن لوحدها أن تنجح، فالتحصين بهذا المعنى سيجعل من هذا الطرف عرضة لمزيد من محاولات الاختراق وبالتالي المزيد من الضغط.

ج. **فشل نماذج (الردع) المعروفة،** حيث يعد مفهوم الردع الذي تمّ تطبيقه بشكل أساسي في الحرب الباردة غير ذي جدوى في حروب الإنترنيت، فالردع بالانتقام أو العقاب لا ينطبق على سبيل المثال على هذه الحروب، فعلى عكس الحروب التقليدية حيث ينطلق الصاروخ من أماكن يتم رصدها والرد عليها، فإنه من الصعوبة بمكان بل ومن المستحيل في كثير من الأحيان تحديد الهجمات الإلكترونية ذات الزخم العالي، بعض الحالات قد تتطلّب أشهراً لرصدها وهو ما يلغي مفعول الردع بالانتقام وكثير من الحالات لا يمكن تتبع مصدرها في المقابل، وحتى إذا تم تتبع مصدرها وتبين أنها تعود لفاعلين غير حكوميين، فانه في هذه الحالة لن يكون لديهم أصول أو قواعد حتى يتم الرد عليها.

د. **المخاطر تتعدى استهداف المواقع العسكرية:** لا ينحصر إطار حروب الإنترنيت باستهداف المواقع العسكرية، فهناك جهود متزايدة لاستهداف البنى التحتية المدنية والحسّاسة في البلدان المستهدفة، وهو أمر أصبح واقعياً في ظل القدرة على استهداف شبكات الكهرباء والطاقة وشبكات النقل والنظام المالي والمنشآت الحساسة النفطية أو المائية أو الصناعية بواسطة فيروس يمكنه إحداث أضرار ماديّة حقيقية تؤدي إلى انفجارات أو دمار هائل.[12]

صراع الجيوش الرقمية

انتقلت العديد من وسائل السيطرة والتحكم لمعظم العمليات الحيوية الموجودة على الأرض إلى الفضاء في صورة أقمار صناعية ومحطات فضائية، كما انتقل أيضا قطاع واسع من الحروب والمعارك والحوارات والثورات إلى العالم الافتراضي الذي خلقه الإنسان

منذ اختراعه للكمبيوتر والذاكرات الإلكترونية وشبكات المعلومات، فأنشأ داخله جغرافية جديدة افتراضية مكونة من أماكن وعناوين وشوارع ومسارات في إطار قواعد وقوانين تنظم عملية تبادل المعلومات والأموال والبضائع والأفكار، ويجري على هذا العالم الافتراضي ما يجري على العالم الحقيقي من تطور وحياة ومرض وفناء.

وتنشط العديد من الدول ولا سيما الصين وروسيا والولايات المتحدة الأمريكية وفرنسا وأنكلترا وإسرائيل وبعض الدول من الصف الثاني والثالث كالهند وباكستان وكوريا الشمالية وإيران بصورة صامتة لتطوير قدراتها في الحرب الإلكترونية وبناء جيوش من الخبراء الذين قد يشكّلون مستقبلا نواة الجيش الإلكتروني للدولة.

وهكذا باتت الحرب الإلكترونية الشكل الرائج والأكثر فعالية في حروب القرن الحادي والعشرين، وليس أدل على ذلك من الدراسة التي كان نشرها رئيس مركز تقويم الدراسات الاستراتيجية وشؤون الميزانية الأمريكي اندرو كريبنيفيتش في عدد يوليو 2009 من مجلة (فورن افيرز) الأمريكية تحت عنوان (أسلحة البنتاغون) التي سلط فيها الأضواء على الصراع الحاد بين الولايات المتحدة والصين ودول أخرى في عالم تكنولوجيا الاتصالات والسيبرنيتيك.

وقد اتضح من دراسة كريبنيفيتش أن تفوق الصين في هذين المجالين أصبح يمكّنها من التسلل إلى المواقع الإلكترونية الأكثر أهمية لها، مثلا في القواعد العسكرية الأمريكية الممتدة من كوريا الجنوبية إلى اليابان ثم إلى جزيرة (غوام) في المحيط الهادئ وصولاً إلى قواعدها في الخليج العربي، أي ما يشكل نقط التماس مع خط الدفاع الأول عن أمنها القومي ومصالحها الاقتصادية في الشرقين الأقصى والأوسط، وبالتالي تدمير أو تعطيل تلك المواقع الإلكترونية وما تحتويه من معطيات استراتيجية وخطط عسكرية، أي كسب الحرب قبل أن تبدأ.

ولقد قامت الولايات المتحدة- على سبيل المثال – في مايو/أيار 2010 بإنشاء قيادة الإنترنيت (سايبركوم) وعيّنت مدير وكالة الاستخبارات القوميّة الجنرال كيث اليكساندر قائدا عليها مهمته الحرص على حماية الشبكات العسكرية الأمريكية على الدوام، وقد بدأت هذه القيادة العمل فعلا بعد أن كان قد تمّ الإعلان عن ضرورة إنشائها في عهد

الرئيس أوباما في العام 2009، وهي تضم الآف من نخبة القراصنة والجواسيس الإلكترونيين المحترفين والمميزين يعملون تحت إمرة الجنرال أليكساندر، علما أنّ بعض التقديرات تشير إلى أنّ الولايات المتحدة تدعم بأستمرار هذه القوة بالميزات نفسها والصفات حتى تضمن تنفيذ المهام الدفاعية الإلكترونية على أكمل وجه في حماية الولايات المتحدة بأسرها.

وفي عام 2010 تم إنشاء مؤسسة جديدة تابعة للبنتاغون، هي القيادة الإلكترونية، وفي عام 2011 شرعت وزارة الدفاع بالتحكم بالشبكات الاجتماعية من أجل تحسين صورة الولايات المتحدة، وللتأثير على الدول الأخرى ولأغراض أمنية أيضا، بينما أعلن البنتاغون عام 2011 بصيغة قاطعة أن الولايات المتحدة الأمريكية تحتفظ لنفسها بحق اتخاذ إجراءات جوابية ضد الهجمات الإلكترونية، بما في ذلك استخدام القوة العسكرية ضد (أشرار) شبكات الانترنت، وأنه سيكون في إمكان الرئيس الأمريكي فرض عقوبات اقتصادية أو اتخاذ رد إلكتروني انتقامي أو حتى ضربة عسكرية إذا ما تعرضت أنظمة الكومبيوتر الرئيسية في البلاد إلى هجوم إلكتروني، وأن تزيد إمكاناتها التكنولوجية من أجل كشف هؤلاء وتحديد هويتهم بدقة.

ومع نهاية سنة 2011 وإدراك البيت الأبيض أنه مهدد بفقدان التفوق، بادر الرئيس باراك أوباما إلى تشكيل قيادة مركزية موحدة للحرب الإلكترونية إلى جانب القيادات العسكرية الأخرى، بعد إعلانه أن الأسلحة التي تستخدم في هذه الحرب هي أسلحة الدمار الشامل الحقيقية.

وتقول مصادر رصد أوروبية إنه بين وزارة الدفاع والأمن الداخلي، ستنفق الولايات المتحدة أكثر من 10 مليارات دولار على الأمن الإلكتروني بحلول العام 2015، ووفقاً لشركة (نورثروب كينت شنايدر)، ستصل قيمة سوق الأسلحة الإلكترونية والأمنية إلى مئة مليار دولار.[13]

وردا على الإجراءات الأمريكية أعلنت الصين إنشاء وزارة الدفاع الصينية لـ(الجيش الأزرق)، وهي إدارة خاصة تابعة لجيش التحرير الشعبي الصيني، من أجل حماية الفضاء الإلكتروني الخاص بالجيش على شبكة الإنترنت، والعمل على زيادة مستوى أمن شبكة مختلف أجهزة القوات المسلحة والأمن الصينية.

وتعد الصين من أكثر الدول التي تعمل على تطوير قدراتها الهجومية في المجال الإلكتروني، وتؤكد الورقة الصينية البيضاء عن (الدفاع القومي) للعام 2009 على أنّ الهدف الرئيسي من بناء جيش حديث، هو جعله قادرا على الفوز في حروب المعلوماتية بحلول منتصف القرن الواحد والعشرين.

بينما روسيا تتبنى كما الصين تطوير قدراتها في الحرب الإلكترونية لاسيما في الشق الهجومي، لكن الواضح أنّ روسيا ومنذ انهيار الاتحاد السوفيتي تعتمد على وسائل أقل تكلفة وأكثر فاعلية في مواجهة الولايات المتّحدة وحلف شمال الأطلسي، إذ تعد القدرات اللاتناظرية ومن ضمنها الحرب الإلكترونية إحدى أهم وسائل المواجهة في ظل التفوق العسكري للناتو وواشنطن.

اما إنكلترا فقد قامت بإصدار إستراتيجية الأمن الإلكتروني القومية في حزيران/ يونيو 2009، وإنشاء وحدة الأمن الإلكتروني ومركز العمليات ومقرّه وكالة الاستخبارات القومية (GCHQ)، وبدأت وظيفتها عمليا في شهر آذار/ مارس 2010.

ويرى حلف شمال الأطلسي (ناتو): إن الهجمات الإلكترونية هي بمثابة إعلان حرب أو شكل من أشكال الاعتداء العسكري الذي يفرض على الدول الأعضاء الالتزام بتقديم المساعدة والدفاع عن الحليف الذي يتعرّض لذلك الهجوم، وقد ذكر تقرير الناتو الصادر في أيار/ مايو 2010 والمعد لبلورة مفهوم ودور جديد للحلف عام 2020:أنّ هناك ضرورة لتكثيف الجهود وتعزيز قدرات الرد على الهجمات الإلكترونية التي تترك مخاطر متزايدة على أن تتضمن مساعدة الحلفاء على تطوير قدرات دفاعية تضمن الردع المناسب.

أما (اسرائيل) فقد أصبحت الحرب الإلكترونية ركناً رئيسياً لها في التخطيط الاستراتيجي لها، وتحسب الوحدة 8200 في الجيش الإسرائيلي أكثر الوحدات تطوراً من الناحية التقنية والتكنولوجية ولها نشاطات واسعة في حروب الإنترنيت والشبكات، وقد انضم إليها الآلاف من العقول الإسرائيلية منذ إنشائها نظراً لشهرتها الواسعة حيث تعمل على ضمان التفوق النوعي لإسرائيل من خلال عمليات دفاعية أو هجومية في الفضاء الإلكتروني، وتمّ تصنيف هذه الوحدة من قبل بعض المؤسسات المعنيّة بأنها أكبر مسادس مطلق لهجمات الإنترنيت في العالم، حيث تقوم على استقطاب وتجنيد الأطفال الإسرائيليين

من النخبة حتى قبل إنهائهم دراستهم الثانوية، عندما يبلغ هؤلاء سن الـ25 عاما، يكون لديهم أكثر من 7 سنوات خبرة عملية في مجال التكنولوجيا.

ويقوم الجيش الصهيوني بتجميع300 خبير من كبار الخبراء في الكمبيوتر من قراصنة الكمبيوتر لمواجهة الحرب الإلكترونية وعمليات القرصنة الهاكرز بعد عمليات القرصنة التي شهدها الكيان الصهيوني خلال الأيام الماضية.

وتنوي إسرائيل إدخال مادة جديدة تسمى (الحرب الإلكترونية) على مناهج التدريس، حيث سيدرس طلاب الصفوف العليا في المدارس أسس الأمن المعلوماتي، وطرق مكافحة الإجرام الإلكتروني، وأفادت وزارة التربية والتعليم الإسرائيلية أن(استخدام الفضاءات الالكترونية أصبح جزء لا يتجزأ من حياتنا اليومية لذلك أصبحت دراستها ضرورية جدا)، وسوف يدرس الطلاب الحاسوب بالطرق المدرسية التقليدية، وفي الجزء الثاني سيتم التركيز على برامج التشغيل الخاصة، ومن ثم سيتوجب عليهم إنشاء نظم أمن المعلومات بأنفسهم، وبنهاية الدورة يتوجب على الطلاب مناقشة مشروع إنشاء أنظمة الحماية من الفيروسات، وتشير العديد من التقارير إلى تزايد أعداد الهجمات الإلكترونية التي تتم في العالم اليوم والتي تقوم بها مجموعات أوحكومات تتدرج في الاستهداف من أبسط المستويات إلى أكثرها تعقيداً وخطورة.

وهناك في التاريخ هجمات معروفة أبرزها:

1. الولايات المتحدة تعرضت لهجوم من دول بينها الصين وروسيا. [14]
2. في 17 مايو، 2007، أعلن أن إستونيا تعرضت لهجمة إنترنت من روسيا، واستهدف البرلمان الإستوني، الوزارات، المصارف، والإعلام. [15]
3. في أول أسبوع من سبتمبر 2007، هوجمت حواسب البنتاكون ومختلف الهيئات الحكومية الفرنسية والألمانية والبريطانية بواسطة هاكرز صينيين، أنكرت الحكومة الصينية تورط الصين في ذلك الهجوم.
4. هوجمت قيرغيزستان من قبل هاكرز إستونيينا أثناء انعقاد انتخاباتها المركزية. [16]

5. وفي 23 يناير 2008 لم يُسمح للعديد من المستخدمين زيارة المواقع الإلكترونية الرئيسية للسايتولوجي، أُكتُشِف أن مجموعة هاكر معروفة باسم (-anymous ANON) ادعت المسئولية عن الهجوم.(17)

وفي 18 ابريل 2012 كشفت صحيفة (الكارديان) البريطانية عن أن الولايات المتحدة والصين منخرطتان في مناورات سرية على حرب الإنترنت، وسط تصاعد الغضب في واشنطن، بشأن تزايد الهجمات الإلكترونية المنسقة التي تشنها بكين على الحكومات الغربية والشركات الكبرى، وأفادت الصحيفة بأن مسؤولين من وزارتي الخارجية والدفاع الأميركيتين، انخرطوا مع نظرائهم الصينيين في مناورتين إلكترونيتين عام 2011، بهدف منع وقوع تصعيد عسكري مفاجئ بين الجانبين، إذا ما شعر كل واحد منهما بأنه مستهدف، ويخططان لإجراء مناورة مشتركة أخرى في هذا المجال، وأوضحت أن المناورات نظمها مركز الدراسات الإستراتيجية والدولية في واشنطن ومعهد الصين للعلاقات الدولية المعاصرة في بيجينغ، وسمحت للمسؤولين الحكوميين الأميركيين ووكالات الاستخبارات الأميركية، بإجراء اتصالات مع نظرائهم الصينيين في بيئة أقل رسمية.(18)

والحقيقة أن الحرب الإلكترونية باتت الشكل الرائج والأكثر فعالية في حروب القرن الحادي والعشرين، وليس أدل على ذلك من الدراسة المعمقة التي كان نشرها رئيس مركز تقويم الدراسات الاستراتيجية وشؤون الميزانية اندرو كريبنيفيتش في عدد يوليو/تموز-أغسطس/آب 2009 من مجلة (فورن افيرز) الأمريكية النافذة بعنوان (أسلحة البانتاغون التالفة) التي سلّط فيها الأضواء على الصراع الحاد بين الولايات المتحدة والصين في عالم تكنولوجيا الاتصالات والسيرنيتيك، وقد اتضح من دراسة كريبنيفيتش الرائدة أن تفوق الصين في المجالين أصبح يمكّنها من التسلل إلى المواقع الإلكترونية في القواعد العسكرية الأمريكية الممتدة من كوريا الجنوبية إلى اليابان ثم إلى جزيرة (غوام) في المحيط الهادئ وصولاً إلى قواعدها في الخليج، أي ما يشكّل خط الدفاع الأول عن أمنها القومي ومصالحها الاقتصادية في الشرقين الأقصى والأوسط، وبالتالي تدمير أو تعطيل تلك المواقع الإلكترونية وما تحتويه من معطيات استراتيجية وخطط عسكرية، أي كسب الحرب قبل أن تبدأ! (19)

وفي ديسمبر/كانون الأول من العام 2009، أوردت الحكومة الكورية الجنوبية تقريراً عن تعرضها لهجوم نفّذه قراصنة كوريين شماليين بهدف سرقة خطط دفاعية سريّة

تتضمن معلومات عن شكل التحرّك الكوري الجنوبي والأمريكي في حالة حصول حرب في شبه الجزيرة الكورية.

وفي يوليو/ تموز 2010، أعلنت ألمانيا أنها واجهت عمليات تجسس شديدة التعقيد لكل من الصين وروسيا كانت تستهدف القطاعات الصناعية والبنى التحتية الحساسة في البلاد ومن بينها شبكة الكهرباء التي تغذي الدولة.

ويجمع الخبراء على أنّ الهجوم الإلكتروني الذي استهدف أستونيا في العام 2007، يكاد يكون الهجوم الإلكتروني الأول الذي يتم على هذا المستوى ويستخدم لتعطيل المواقع الإلكترونية الحكومية والتجارية والمصرفية والإعلامية مسبباً خسائر بعشرات الملايين من الدولارات إضافة إلى شلل البلاد، وعلى الرغم من أنّ الشكوك كانت تحوم حول موسكو على اعتبار أن الهجوم جاء بعد فترة قصيرة من خلاف أستوني- روسي كبير، إلا أنّ أحداً لم يستطع تحديد هوية الفاعل الحقيقي أو مصدر الهجوم الذي تم، وهي من المصاعب والمشاكل التي ترتبط بحروب الإنترنيت إلى الآن.

وقال مدير هيئة الاتصالات الحكومية في بريطانيا ان الدول تستخدم بالفعل تقنيات حرب الانترنت لمهاجمة بعضها البعض مما يجعلها في حاجة لتوخي اليقظة على مدار الساعة لحماية أنظمة الكمبيوتر، وان النظم الحكومية البريطانية تتعرض لعمليات استهداف ألف مرة شهرياً، وان الانترنت خفضت الحواجز أمام الدخول الى لعبة التجسس، وان توسع الانترنت زاد من خطر التخريب في البنية الاساسية مثل محطات الطاقة والخدمات المالية، وان دولاً مثل روسيا والصين تمثل أكبر تهديد للهجمات الالكترونية على بريطانيا، وان تصاعد الجرائم الالكترونية أمر (مزعج) ويكلف الاقتصاد البريطاني مليارات الجنيهات الاسترلينية، بمعنى(إنها تمس صلب رفاهنا الاقتصادي ومصلحتنا الوطنية). [70]

ولأن ليس هناك قانون يحكم عمل أو يحدد إطار الحرب الإلكترونية في الفضاء الإلكتروني، فأن الأعمال الهجومية والدفاعية التي تتم فيه إنما تعكس شخصية وصفات النظام الاستخباراتي القائم في ذلك البلد وتوجهاته العامة.

فالألمان على سبيل المثال يتمتعون بقـدرات عاليـة ومتطـورة، ولكنهـا مقيّـدة ويـتم كبحها بدافع ذاتي خاصة في الأعمال السريّة، أمّا الروس والصينيين، فهم ليسوا كذلك علـى الإطلاق وهناك نزعة هجومية واضحة في عملهم، وتنسب إليهم معظم الهجمـات الـتي تـتم اليوم في الفضاء الإلكتروني من خلال تنظيمهم آلاف الهجمات على مواقع أجنبية كل عام.

وفي عام2010، أكدت إيران أن العديد مـن وحـداتها الصـناعية وقعـت ضـحيت إرهاب إلكتروني بعد إصابتها بفيروس (ستكسنت) ويعد هـذا الفـيروس وفـق العديـد مـن التقارير التي صدرت مؤخرا واحـد مـن أعقـد الأدوات الـتي تم استخدامها إلى الآن، وهـو برنامج كومبيوتر خبيث يهاجم أنظمة الـتحكم الصـناعية المسـتخدمة علـى نطـاق واسـع في مراقبة الوحدات الـتي تعمـل آليـا، وكـان الخبراء بداية يعتقـدون أنّ مهمّـة البرنـامج هـي التجسس الصناعي ونقل المعلومات التي تساعد على تقليد المنتجات، ولكنـه تـبين انـه نـوع جديد من البرامج التي من الممكن أن تتحول إلى نموذج للأطراف التي تنوي إطلاق هجمـات إلكترونية تؤدي إلى دمار حقيقي واقعي في البلد المستهدف حتى دون الحاجـة إلى الإنترنيـت، فالبرنامج كبير ومشفّر جدا ومعقد جدا ويوظّف تقنيات ذكية وجديدة، ولا يلزمه للعمل أي تدخل بشري في أي مرحلة من المراحل، ويكفي أن يكون هناك بطاقة ذاكرة تخزين إلكترونية مصابة به حتى يبدأ عمله.

كما أخترقت وحداتها الصناعية فيروس جديد اسمـه (فلايـم-الشـعلة) الـذييتمتع بقوة تزيد عشرين مرة علـى فـيروس (ستكسـنت) الـذي استخدم ضـد البرنـامج النـووي الايراني، وأصـدرت الأمـم المتحـدة تحـذيرا شـديد اللهجـة مـن مخـاطر الفـيروس (فلايـم) الإلكترونـي الـذي تم اكتشـافه في الأونـة الأخـيرة في إيـران ومنـاطق أخـرى في الشـرق الأوسط،وهو برأي منسق الأمـن الإلكترونـي للاتحـاد الـدولي للاتصـالات التـابع للأمـم المتحدة،هو التحذير الأكثر خطورة الذي نصدره، لأن الفيروس (فلايم) أداة تجسـس خطـيرة يمكن استخدامها لمهاجمة البنية التحتية الحساسة.

أن الفيروس الذي يعتقد أنه الأقوى في العالم بإمكانه تشغيل أجهـزة ميكروفـون في أي جهاز كمبيوتر يتمكن من اختراقه للتنصت على أي محادثات في محيط الجهاز، فضلا عـن الدخول على ملفات في أجهزة الكمبيوتر وإلغاء بعض معلوماتها أو نسخها، واتخاذ لقطـات مصورة للشاشة الرئيسية للجهاز ومعرفة البرامج الموجودة فيه، وهو يستخدم حاليـا كسـلاح

الكتروني ضد عدة دول، كما يستخدم لغايات التجسس الالكتروني،وهو يتمتع بقوة تزيد على عشرين مرة عن (ستكسنت) الذي رصد في عام 2010 واستخدم ضد البرنامج النووي الإيراني.

ولقد أعلن مركز التنسيق الإيراني لمكافحة الهجمات المعلوماتية أن إيران تمكنت من انتاج فيروس مضاد قادر على كشف وتدمير الفيروس المعلوماتي الجديد (فلايم) الذي يستخدم كسلاح الكتروني ضد دول عدة، وتمكن مركز (ماهر) التابع لوزارة الاتصالات الإيرانية من كشف الفيروس ثم تحضير فيروس مضاد قادر على التعرف عليه وتدميره.[21]

حروب العرب الرقمية مع (اسرائيل)

على المستوى العربي، عرف الصراع العربي الإسرائيلي شكلاً مبسطاً من تلك الحروب، في أعقاب المعارك بين حزب الله و(إسرائيل) في يوليو/ تموز 2006، عندما قامت مجموعة من (الهاكرز الإسرائيليين) بشن (هجمات على مواقع إنترنت عربية وإسلامية في عدد من البلدان العربية والإسلامية مثل لبنان والأردن والكويت وإيران، متوعدين بالاستمرار، وأن ما جرى لم يكن (سوى البداية) كما كتبوا على المواقع التي اخترقوها)، وجاء الرد العربي من مجموعة مغربية كما أوردت الصحيفة ذاتها عندما نجحت مجموعة مغربية في الاستيلاء على 1000 موقع إسرائيلي من بينها موقع مستشفى (ودامبام) وبنك (مايوليهم)، وقامت باستبدال الصفحات الرئيسية بصور ومقالات تدين الأعمال الإسرائيلية.

وفي العام 2009، إبان الغزو (الإسرائيلي) لغزة، نجحت مجموعة فلسطينية في اختراق عدد من مواقع الصحف الإسرائيلية على شبكة الإنترنت، واعترفت الإذاعة (الإسرائيلية) بتعرض موقع صحيفة (يديعوت آحرونوت) باللغة الإنجليزية للاختراق، ونشر (صور لقتلى فلسطينيين في عمليات قصف إسرائيلية وعمليات التعذيب التي تعرض لها معتقلون عراقيون في السجون الأميركية).[22]

ومن أبرز مظاهر تفوق الفرد على الدولة ما حدث في (إسرائيل)، فقد استطاع فرد سعودي الجنسية، في التاسعة عشرة من عمره يسمي نفسه OXOMAR من اختراق مواقع

إلكترونية تخصّ أفراداً ومصارف، والحصول على معلومات تتعلق بعشرات آلاف بطاقات الائتمان العائدة لـ(إسرائيليين)، وقام بنشرها على الملأ ما يمكّن اي شخص من شراء ما يريد على الإنترنت باستخدام تلك البطاقات.

كما كشفت صحيفة (يديعوت أحرنوت) في (17/ 1/ 2012) أن الشاب السعودي المذكور حاول اختراق مواقع إلكترونية (إسرائيلية) حساسة، بما في ذلك مواقع عدة لبنى تحتية ووزارات وإدارات حكومية، وأن الشاب أكد في تصريحات خاصة أدلى بها إلى موقعها (وإلى موقع صحيفة (الأخبار) اللبنانية أيضاً) أنه يحاول إلحاق أضرار اجتماعية ومالية بـ(إسرائيل) انتقاماً منها على أعمال القتل والاعتداء على الفلسطينيين، وأن حرب غزة 2008-2009 كانت محفّزة له ليقوم بما قام به، إلى جانب تاريخ إسرائيل (الحافل بالإبادات الجماعية التي لا تعدّ مثل مجزرة صبرا وشاتيلا في لبنان، وأن نهاية (إسرائيلقرية وأريد أن أبدأ بإنهائها في عالم الإنترنت).

إلى ذلك،اخترقت مجموعة من (قراصنة) شبكة الإنترنت (هاكرز) تسمي نفسها (جماعة الكابوس) nightmare group مناصرة لكفاح الفلسطينيين ضد(إسرائيل)المواقع الإلكترونية للبورصة (الإسرائيلية) وشركة (العال) للطيران وعدة مصارف كبرى، وتسببت بوقفها عن العمل فترة من الزمن، ورد قراصنة إنترنت (إسرائيليون) على (الهاكرز) العرب باختراق الموقع الالكتروني للبورصة السعودية، غير أنه اتضح من اسم مجموعة القراصنة (الإسرائيلية)IDF Team (طاقم جيش الدفاع الإسرائيلي) أنها مجموعة نظامية وأن قرصنتها تمت، على ما يبدو، بقرار رسمي (إسرائيلي).

ولم يكتف الصهاينة بالهجمات العسكرية على العرب وتدمير البنى التحتية وتشريد المدنيين بل بدأوا بحرب من نوع آخر حيث قام مجموعة من المتسللين الإسرائيليين بشن هجمات منظمة على مواقع الإنترنت العربية والاسلامية في كل من الكويت ولبنان والأردن وإيران وقد توعد الصهاينة بضرب المزيد من المواقع العربية حيث كتبوا (هذه ليست إلا بداية) في المواقع التي اخترقوها، ورغم الاختراقات الإسرائيلية المتكررة إلا ان المتسللين الكويتيين والعرب استطاعوا الرد باختراق العديد من المواقع الإنترنتية الاسرائيلية.[23]

ولكن بالنظر إلى تاريخ حروب الشبكات وتقنية المعلومات وبالعودة إلى فترة ما قبل احتلال العراق حصل في بغداد هجوم لتدمير حواسيب أهم مراكز أبحاث التقنية في العراق إبان تلك الحقبة، كان الموقع العراقي حصيناً للغاية، عجزت المخابرات الغربية والإسرائيلية من الوصول إليه رغم نشرها لعدد كبير من الجواسيس وبدأت تفكر في وسيلة إليكترونية للحصول على معلومات وتدمير كل ما تحتويه الحواسيب والمخازن الإلكترونية من معلومات وبحوث، وهداها تفكيرها إلى معرفة ما يحتاجه المركز من معدات وعلمت عن طريق أحد الجواسيس وبالصدفة، أن المركز يعاني من ارتفاع كبير في حرارة الطابعات المستخدمة، وفوراً اتفقت الاستخبارات مع إحدى الشركات العالمية الشهيرة في صناعة الطابعات ووضعت فيروساً خطيراً في أفضل طابعاتها وأعلنت عنها في المجلات العلمية التي كان بعض علماء المركز مشتركين فيها، وما أن قرأ العلماء العراقيون الإعلان حتى وقعوا في الفخ، وسارعوا إلى طلب الطابعة عن طريق شركة وهمية في ألمانيا، وهكذا بدأت مشاكلهم، وتم تدمير معلومات المركز وكل ما يتصل بالطابعة أو الحاسوب المتصل بها.

ومن الجانب الآخر تمكن قرصان في العراق من اختراق منظومة القيادة التي تتحكم في تشغيل وتوجيه الطائرات بدون طيار الأمريكية العاملة في العراق وتوجيهها نحو أهداف وهمية، أو إنذار المسلحين باقتراب الخطر، وذلك رغم أن مقر هذه الهيئة موجود في قاعدة عسكرية داخل الولايات المتحدة.[24]

مخاطر عواصف الحرب الإلكترونية

في صيف سنة 2011 صدر كتاب (الحرب الإلكترونية، التهديد الأمني القومي المقبل) للمستشار السابق للبيت الأبيض في مكافحة الإرهاب ريتشارد كلارك وروبرت نيك الذي يشغل منصبا رفيعا في مجلس العلاقات الخارجية، حيث حذرا من أن الولايات المتحدة قد تتعرض لهجوم إلكتروني قد يدمرها أو يشل قدرتها على الرد الفعال في غضون 15 دقيقة،وحسب سيناريو الكتاب، فإن خدمة الإنترنت حينما تتعرض للتشويش، تثير احتمالات كارثية يمكن أن تحصل، مثل اندلاع النيران وانفجارات في مصافي النفط في فيلادلفيا وهيوستن، وتعطل المصانع الكيمياوية وانتشار غيوم من غاز (الكلور) القاتل في الجو، كما سيفاجأ مراقبو حركة الطيران بعمليات اصطدام للطائرات في الجو، وستسجل حوادث تحطم قطارات الأنفاق في نيويورك وواشنطن ولوس أنجليس، وسيعم الظلام في

أكثر من 150 مدينة أمريكية، ويقضي أكثر من عشرات الآلاف من الأمريكيين في هجوم لا يختلف عن الهجوم النووي، وكل ذلك يمكن أن يحصل خلال 15 دقيقة فقط وعلى يد (إرهابي) واحد فقط، حسب الوصف الأمريكي.

ويضيف مؤلفا الكتاب أنه رغم أن الولايات المتحدة هي التي اخترعت الإنترنت، وبالتالي كان من المفترض أن تتمكن من التحكم فيها لعقود، فإن هناك ما لا يقل عن ثلاثين دولة أنشأت قدرات الحرب الإلكترونية الهجومية التي تهدف إلى زرع مختلف أنواع الفيروسات في شبكات المنشآت الأساسية مثل الجيش والأنظمة المالية للدول الأخرى، وبالتالي تفوقت على أجهزة الإدارة الأمريكية.[25]

وفي اطار استعداد واشنطن لحرب الكترونية محتملة بدأت في التدريب على الاستعداد لهجوم محتمل فيما يعرف باسم (العاصفة الإلكترونية 3) Storm 3 وشمل التدريب وكالات حكومية و60 منظمة من القطاع الخاص والبنوك وقطاعات الطاقة والطاقة النووية والكيميائية كما تضمنت سيناريو تعرض أمريكا لهجوم على 1500 هدف محتمل وكيفية مواجهته.

وأقرت استراتيجية جديدة في العام 2010 تحضر لامكانية خوض حرب إلكترونية، وتعد العالم الافتراضي ميدانا حقيقيا لحرب محتملة لا يقل أهمية عن المجال الجوي والبري والبحري، وجهز البنتاغون لذلك 15 ألف شبكة حاسوب يعمل على إدارتها 90 ألف خبير في الكمبيوتر، إضافة إلى نحو ألف خبير عسكري في القرصنة والجاسوسية الإلكترونية.

كما ذكرت مجلة (الوول ستريت) الأميركية في هذا المجال عن مسؤول سابق في الادارة الاميركية أن مخططات سرية للمقاتلة الشبح الجديدة F35 قد تمت سرقتها عبر زرع برامج تجسسية في أجهزة بعض الموظفين العاملين في الشركات التي تقوم بتنفيذ أجزاء من المشروع مثل شركتي BAE systems، Lockheed Martin ولم تستطع إدارة المشروع من تحديد ما هي الملفات التي تمت سرقتها لأن البرامج التجسسية قامت بتشفير المعلومات قبل سرقتها وإرسالها الى قيادة تجسس إلكترونية في بلد معين، وقد تم الحديث أن الصينيين ربما هم الذين فعلوها.

وهناك الحرب الإلكترونية المؤازرة للعمليات الخاصة مثل محاولة تشويش وإدارات كشف الطيران الحربي واختراقها قبل القيام بعملية أمنية عسكرية محدودة، والتجسس على الإشارات والاتصالات الصادرة عن أجهزة العدو مثل الهواتف النقالة، وكاميرات الإرسال المباشر واللاسلكي، ومحاولة اختراق منظومة التحكم والسيطرة التابعة للعدو وصولاً إلى إمكانية التحكم بالاشارات الصادرة عن الاقمار الصناعية والتي تهدف الى توجيه الضربات الجوية والبحرية الصاروخية وغيرها، كما تطال مصالح المدنيين والمؤسسات والاقتصاد في البلدان المتحاربة كالهجومات الإلكترونية على أنظمة المصارف الإلكترونية من أجل ايقافها اذا لم يكن بالإمكان اختراقها أو محاولة التخريب في شبكات الكهرباء العاملة بالتكنولوجيا الذكية (Smart Grid) وأنظمة الإدارة الصناعية وحتى شبكات الهواتف السلكية والجوالة.

ومن مخاطر الحرب الإلكترونية نستطيع أن نعدد أيضاً: إمكانية توقف الانترنت كلياً في بلد معين، وبالتالي توقف البنوك على الإنترنت والمعاملات الإلكترونية ومعاملات الحكومة الإلكترونية، أو سرقة أرقام وتفاصيل بطاقات الإعتماد التي يتم التسوق بها عبر الإنترنت أو تغيير النصوص الموجودة في بعض المواقع الحكومية اذا تم اختراقها مثل أن يتم الإعلان عن حالة طوارئ كاذبة على مواقع الوزارات الأمنية بحيث تسبب الهلع العام، ومؤخراً بدأت بعض أجهزة المخابرات بالتلاعب بالأمكنة الجغرافية على خرائط غوغل الإلكترونية من أجل تمويه بعض المعالم أو إيهام العدو بوجود مراكز معينة متخصصة بأعمال عسكرية بينما هي مراكز مدنية.[26]

حروب الشركات العالمية

تعد شركات آبل، أمازون، فيسبوك وغوغل من عمالقة التكنولوجيا والذين يُطلق عليهم البعض الأربعة الكبار في عالم التكنولوجيا، ومع ازدياد اعتماد الأفراد على التكنولوجيا فمن المتوقع أن تشهد السنوات المقبلة حرباً شرسة بينهم في أسواق الكمبيوتر اللوحي، الهواتف الذكية، تطبيقات الهاتف الجوال وشبكات التواصل الاجتماعي، وأدى امتلاك كل شركة من العمالقة الكبار رؤية مستقلة لمستقبل الوسائط الإعلامية والأجهزة الإلكترونية إلى حدوث تعارض بينهم أدى إلى قيام ما يشبه الحروب الباردة حيث يوجد صراع خفي بينهم حول كيفية جذب المستهلكين.

مثلاً عند إطلاق غوغل لموقع (Google) الذي يحتوي على زر (1+) رأى البعض أنه يهدف لمحاربة موقع فيسبوك لكن الحقيقة هي أن غوغل كانت تهدف من خلال تلك التطورات إلى جمع البيانات بشكل أدق وتيسير عملية البحث على الإنترنت لمستخدميها، بمعنى آخر، فإن محاولات تطوير محرك بحث غوغل دفعها لمواجهة مباشرة مع فيسبوك، وهو ما يحدث نفسه مع جهاز كيندل فاير أمازون الذي يواجه أجهزة آيفون وآيباد من آبل.

وتستثمر الشركات العملاقة المليارات في بناء خدمات جديدة للمنافسة في السوق، مثلاً غوغل تستثمر مليارات الدولارات في بناء موقع التواصل الاجتماعي الخاص بها Google، ورغم إنه لم يصل بعد لعالمية موقع فيسبوك، فإن ذلك لم يمنع مارك زوكربيرغ مالك فيسبوك من ترقب كافة التطورات التي أضافتها غوغل على موقعها ودفعته لتقليد معظم تلك التطويرات مثل نظام التحكم في الخصوصية ونظام تكوين الجماعات الذكي فضلاً عن وضع أفكار جديدة مثل الـTimeline والمشاركة التلقائية، لكن المخاطرة هي أنه إذا نجحت تطويرات فيسبوك في الحفاظ على مستخدميه وجذب مستخدمين جدد فذلك يعني خسارة غوغل للمليارات التي استثمرتها في بناء موقعها، وإذا فشلت فذلك يعني خسارة شركة فيسبوك للمليارات التي استثمرتها في إدخال التطويرات الجديدة فضلاً عن خسارتها لمكانتها في السوق، ما يعني أن السنوات المقبلة ستشهد صعود أو انتهاء إحدى الشركات العملاقة إذا كانت الأموال التي استثمرتها فشلت في تحقيق عائد، خاصة وأنها ليست مبالغ هينة.

وتعد شركات خدمات الشبكات سواء للهواتف الجوالة أو الإنترنت من أكبر العوائق أمام سيطرة عمالقة التكنولوجيا العملاقة على السوق العالمي، فرغم استثمار تلك الشركات في البنية التحتية للإنترنت، فإن شركات كابلات الاتصالات وتوفير خدمة الاتصال تعد عائقاً أمام الاتصال المباشر بين الشركة والمستخدمين حيث تتحكم في سعة البيانات المتبادلة بين الطرفين وقد تتسبب في تأخير إطلاق الخدمات على نطاق واسع، وعلى سبيل المثال عندما أطلقت آبل خدمة تصفح الإنترنت عبر الهاتف، استلزم الأمر من شركة الاتصالات الأميركية AT&T سنة حتى يمكن لعملائها استخدام الخاصية في حين كان سكان العالم يستخدمونها، وهو ما يعني أن شركات توفير خدمات الاتصالات ستُجبر على التنافس فيما بينها لتكبير سعة البيانات التي تتحملها شبكاتها لتتوافق مع الخدمات الجديدة

التي تقدمها الشركات التكنولوجية، ومع إطلاق تلك الشركات محادثات الفيديو وتطبيقات المحادثة والرسائل، فإن توجه المستخدمين يميل إلى استخدام الإنترنت ودفع مقابل كبير للبيانات بدلاً من التحدث في الهاتف الجوال ودفع مقابل مكالمة بلا أي إمكانيات، ما يعني أن المستقبل سيعتمد على شبكات نقل المعلومات على الإنترنت عبر الهواتف الجوالة والتي يمكن للشركات العملاقة إطلاقها دون الحاجة لشركات الاتصالات أو الكابلات.

لكن الأمر لن يقتصر على ذلك، بل سيمتد لحرب شرسة بين الشركات الأربع حول الملكية الفكرية للخدمات والاختراعات، وهو ما بدأ بالفعل، حيث أن معظم شركات التكنولوجيا تتبادل رفع الدعاوى القضائية ضد بعضها، حيث نجحت شركة آبل في إيقاف توزيع هاتف سامسونغ غالاكسي الذي يعمل بنظام أندرويد في ألمانيا بدعوى أن التصميم ملك لها وأن نظام أندرويد يعتدي على حقوق الملكية الفكرية لآبل، ويعني هذا أيضاً أن شركة غوغل ستعاني من القضايا لأنها المسؤولة عن نظام أندرويد، وقد أدت تلك الدعاوى القضائية إلى اشتعال سوق شراء حقوق الملكية الفكرية، حيث أنفقت ميكروسوفت وآبل 4.5 مليار دولار 16.9 مليار ريال للحصول على حقوق الملكية لـ 6000 اختراع من شركة نورتل النرويجية، وهو ما ردت عليه شركة Page بإنفاق 12.5 مليار دولار 46.9 مليار ريال سعودي للحصول على حقوق ملكية 17 ألف اختراع من موتورولا، فضلاً عن صفقتين للحصول على ألفي اختراع من شركة IBM لم تُعلن قيمتهما.[27]

وتشتعل أيضاً حرب طاحنة للسيطرة على فضاء الانترنت بين عمالقة محركات البحث العالمية، وفي مقدمتها غوغل وياهو ومايكروسوفت، إذ تتوالى فصول المعارك والتحدي بين هذه الشركات يوماً بعد يوم لإثبات من هو المتصدر للخدمات المرتبطة بالشبكة العنكبوتية، واستحوذت غوغل على ولاء الملايين حول العالم نتيجة لخدماتها المتنوعة والإبداعية وأسلوبها القريب من المستهلك مع شعارها ذي الشعبية الواسعة (لا تكن شريراً).

وتواجه غوغل حاليا مشاكل عديدة في احد اهم وأكبر الأسواق العالمية وهو السوق الصينية، فقد نشب بين الشركة والحكومة الصينية نزاع دفع بغوغل للتهديد بالانسحاب من السوق الصينية إذا لم تقلع الصين عن سياسات الرقابة التي تفرضها على الإنترنت، وتقول غوغل أن حسابات بعض المعارضين والمدافعين عن حقوق الإنسان في

الصين قد تعرضت للاختراق من قبل جهات تشتبه أن تكون من طرف الحكومة الصينية، بينما تشير التقارير إلى احتمال تورط موظفين في الشركة نفسها بتسهيل عمليات الاختراق المزعومة.

ولا يكتفي عملاق محركات البحث على الإنترنت بالهيمنة في سوق البحث والإعلانات فيها، بل يحاول السيطرة على قطاعات أخرى مثل سوق الجوال الذي قد يشهد تحولات كبيرة تشبه عملية إعادة رسم مفهوم الهاتف الجوال التي قامت بها شركة آبل من خلال طرح هاتف آي فون في العام 2007، لكن الأهم من ذلك براعتها في قراءة البيانات للتوصل إلى اتخاذ قرارات موفقة تستند ومنتجات تقنية مختلفة ولا بد من الانتباه إلى أن محور عمل شركة غوغل يرتكز على حصرا إليها عند تطوير خدمات فهي لا تهتم، مثل شركة آبل، بتصميم الأجهزة بل بجمع البيانات التسويقية وغيرها عن المستخدمين، فهناك معلومات حول أعمار هؤلاء المشتركين والبرامج الأكثر استخداما وولائهم نحو تلك البرامج، واستنادا إلى هيمنة غوغل على سوق البحث والإعلانات في المحتوى أصبح لدى الشركة الآن بيانات هائلة حول استخدام برامج الجوال مثل تلك التي في متجر آبل App Store حيث يشتري مستخدمو الهاتف الجوال برامج المتجر التي تتضمن إعلانات غوغل ووسائل تقنية تستخلص فيها غوغل معلومات هامة عن المستخدمين، ووصل الأمر ببعض المحللين لتوقع تقديم غوغل أجهزة هاتف جوال مجانا لقاء الإعلانات المضمنة فيه، وتمتلك غوغل أيضا شبكة إنترنت خاصة بها فضلا عن بنية تحتية واسعة في الولايات المتحدة، مما يجعل هذا التوقع واردا جدا في المستقبل.

وبالتأكيد فإن غوغل ستتحرى عن أكثر البرامج طلبا من قبل المستخدمين، وطبيعة استخدامهم للهاتف الجوال والتطبيقات الأكثر استخداما إلى آخر قائمة المعلومات الحيوية التي تتجمع لدى شركة أد موب، وقد بلغ عدد البرامج المتوفرة لهاتف آي فون حوالي 100 ألف برنامج قام بتطويرها عدد كبير من محترفي البرمجة والهواة والشركات.

فمن نظام التشغيل كروم أو إس الذي يعتمد على حوسبة السحاب لتخزين الملفات والبيانات، إلى متصفح كروم ونظام تشغيل الهاتف الجوال أندرويد، ستمتلك غوغل بيانات هائلة حول المستخدمين وأنماط استخدامهم للتطبيقات والخدمات التي تؤمنها حوسبة السحاب.

وتشهد التطورات الحالية على صعيد استخدام الكمبيوتر صعودا قويا نحو الحوسبة الجوالة، من أجهزة محمولة صغيرة مثل فئة نت بوكس وحتى أجهزة الهاتف الجوال الذكية، التي اصبحت أكثر أشكال الكمبيوتر انتشاراً، وهناك توقعات تشير إلى تفوق قريب لعدد الهواتف الجوالة المزودة بقدرات الحوسبة على كل من أعداد الكمبيوتر المكتبي والكمبيوتر الدفتري مجتمعين، أي أن المستقبل القريب يحمل مزيدا من الثقل لجهة الحوسبة الجوالة والإنترنت اللاسلكية عبر شبكات الجوال،ولكن ذلك لا يعني نهاية الكمبيوتر المكتبي ودوره المركزي في البيت والعمل، إنما ذلك يشير إلى تبدل في الأدوار والمهام التي يتولاها كل كمبيوتر سواء كان مكتبي أو محمول أو هاتف جوال ذكي بقدرات الكمبيوتر العادي.

وتشير أحدث التوجهات التقنيات الجديدة إلى مكاسب كبيرة أمام الشركات تتمثل بتقليص تكاليف تشغيل الأنظمة التقنية الحالية، فقد برزت حوسبة السحاب كبديل عن امتلاك أنظمة التقنية من برامج وأجهزة وغيرها إلى استئجار هذه على شكل خدمة عبر الإنترنت، وتعد هذه فرصة كبيرة لتحقيق مكاسب في تقليص النفقات سواء كانت مرتبطة باستهلاك الطاقة أو التبريد أو حتى استخلاص أكبر قدر ممكن من الأنظمة، وتتوقع مؤسسة الأبحاث (أي دي سي) نموا سنويا لتوجه حوسبة السحاب بمعدل 26% أي ما يعادل 6 أضعاف النفقات المتوقعة على تقنية المعلومات، كما يقدر حجم سوق هذه التقنية بحوالي 45 مليار بحلول عام 2013 مما يعني أنها ستشكل حينها 10% من حجم الإنفاق على تقنية المعلومات، وستحقق الشركات التي تقدم خدمات تخزين في البنية التحتية وأنظمة الخادم والتطبيقات الخاصة بحوسبة السحاب قرابة 17 مليار دولار هذا العام.

وستحمل الشهور المقبلة سجالاً لا يهدأ بين شركات التقنية خاصة حين تحاول كل منها وضع معايير جديدة لأسواق منتجات التقنية لتكون رائدة فيه، ونظرا لأن غوغل تفتح عدة جبهات لتنافس شركات عديدة تضم كبرى الشركات أي مايكروسوفت وآبل وياهو وغيرها، فمن المرجح أن يشهد العام الحالي صولات وجولات عديدة في هذه المنافسة التي تدور في سوق تصل قيمتها إلى عشرات المليارات من الدولارات ومن المؤكد أيضا أن الحسم لن يكون بالأمر السهل.[28]

مقابل هذا الشكل من أشكال حروب الإنترنت، هناك نوع آخر تعبر عنه المعارك التي تدور رحاها بين الشركات العملاقة العاملة في فضاء الإنترنت مثل ياهو وغوغل

ومايكروسوفت من أجل السيطرة على (سكان ذلك الفضاء من مستخدمي الإنترنت)، ولضمان احتلال منزلة الصدارة في الخدمات المتعلقة بها، مما يعني أن موضوعة الحرب الإلكترونية أو حرب الإنترنت لم تعد قضية نظرية، كما أنها ليست مسألة محصورة في نطاق ضيق يشمل الدول فحسب.(29)

الحرب الإعلامية من خلال التقنيات الرقمية

في حرب الإعلام الإلكتروني تدخلت التقانات الحديثة على نطاق واسع، وأتاحت المجال لاحتلالات في الفضاءات الإذاعية ورسائل الخلوي والمواقع الإلكترونية بكل عناصرها، إضافة إلى المدونات الشخصية والألعاب الإلكترونية وأفلام الكرتون، ووصل الأمر إلى مستوى التصاميم الفنية المرتبطة بالدراما التلفزية التي حظيت بجمهور واسع مثل مسلسل(باب الحارة)، الذي اخترع مقلدوه اسماً جديداً له هو (باب الحارة الفلسطينية) واعتمدوا المتحاربين في غزة أبطالاً له، وجرى نشر هذه التصاميم عبر البريد الإلكتروني ومواقع الإنترنت، والبريد الإلكتروني في حد ذاته كان أحد أبطال المعركة، حيث نقل مئات الصور التي ترسم الوحشية الصهيونية إلى كل أنحاء العالم.

وتمكن بعض الفلسطينيين وفق ما كشفته صحيفة(يديعوت أحرونوت) الإسرائيلية، في الأسبوع الأول من العدوان الإسرائيلي، من اختراق موجات بث إذاعة الجيش الإسرائيلي، وبث بيانات (حماسية) عبر أثير الإذاعة تدعو إلى تصعيد المقاومة الفلسطينية وتتوعد الإسرائيليين بالرد، واخترق الجيش الإسرائيلي موجة البث الخاصة بإذاعة الأقصى التابعة لحركة حماس وكذلك إذاعة القدس المحسوبة على الجهاد الإسلامي، وبثّ عبرهما بيانات تحريضية على الفصائل الفلسطينية المسلحة.

وفي بداية العدوان أيضاً، سارعت منظمة (فريق جهنم) التي ينضوي تحت لوائها هاكرز مغاربة في مقتبل العمر إلى شن حرب إلكترونية ضروس على مواقع تابعة للدولة العبرية، رداً على الحرب العسكرية غير المتكافئة التي تقودها إسرائيل على الفلسطينيين في قطاع غزة، حسبما ذكرت وكالة(الرباط برس)، وهذه المنظمة، التي سبق أن استهدفت أكثر من 850 موقعاً إلكترونياً إسرائيلياً أيام شنّ جيش الاحتلال الصهيوني حربه التي أطلق

عليها عملية (أمطار الصيف) على قطاع غزة سنة 2006، خاضت حربا مكثفة في بداية العدوان الجديد من خلال العالم الافتراضي.

وبالمقابل أنشأ الجيش الاسرائيلي أول موقع له على موقع الفيديو المشهور (يوتيوب)، ويظهر الموقع لقطات متجددة عن عمليات الجيش في استهداف البنية الأساسية لحماس، وقد عقدت على هذا الموقع مؤتمرات صحفية افتراضية متعددة، تتيح لأي صحفي أن يتقدم بسؤاله عبر الموقع ليجد جواباً عنه بعد مدة قصيرة، وهناك(المدوّن.نت) http://almudawen.net/ar وهو يمثل (مجتمع المدونات السورية) أطلق صفحة خاصة لأجل غزّة، قام فيها بإدراج تدوينات عن غزّة وصور من موقع الصور(فليكر)وفيديو منموقع (يوتيوب) ومجموعات من(فيسبوك)، وتحديثات أداة التدوين الجديدة (تويتر)، وهذا الأخير استعمل أخيراً كوسيلة لحشد الراي العام، وذلك بعد إطلاق محرك بحث تويتربنظام الوسوم المدمجة.

وتجاوبا مع هذه الحملة الإلكترونية، أفاد مدير (موقع الجزيرة توك)الذي يضم واحدا من أكبر المنتديات العربية، أنه خصص صفحة الموقع الأولى للحديث عن غزة فقط، ينقل فيها خمسون مراسلاً متطوعاً، ينتمون إلى الموقع وينحدرون من مختلف بقاع العالم، بالكلمة، وبالصورة، وبالفيديو، تضامُنَ بلدانهم مع غزة، وأنه عبّرعن قناعته بقوة الإعلام الجديد في حشد جماهير مختلفة الانتماء في توقيت واحد ومكان واحد وجمعهم على كلمة واحدة دون تخوف من شرطي يلقي عليهم القبض أو ينزل بهراوته على أجسادهم.(30)

وفي صيف سنة 2011 كشف جوليان أسانج، مؤسس موقع ويكيليكس في حوار له مع قناة روسيا اليوم، أن موقع فيسبوك يعد أكثر أدوات التجسس التي ابتكرها الإنسان رعبا في تاريخ البشرية. مشيرا إلى أن أجهزة الاستخبارات الأمريكية يمكنها الحصول على معلومات عن أي مستخدم لمواقع الإنترنت الكبيرة في أي وقت تريده.(31)

وقدم وزير الدفاع الاميركي السابق دونالد رامسفلد عام 2006 خطة شاملة لكيفية شن (حرب على الإرهاب) في وسائل الإعلام خصوصا عبر حملات إعلامية يقوم بها الجيش الأميركي تتوجه الى وسائل الاعلام التقليدية والى المواقع على شبكة الانترنت على حد سواء، واشار الى وجود تعارض وفرق كبير بين المقاربة المترددة للحكومة الاميركية

للاخبار المنشورة على شبكة الانترنت وما يحققه تنظيم القاعدة من نجاح في التلاعب بوسائل الإعلام.

ويرى بأن المعارك الاكثر دقة لا يجري بالضرورة في جبال افغانستان ولا في الشوارع العراقية بل في مكاتب التحرير في مدن مثل نيويورك ولندن والقاهرة وغيرها، من خلال تمكين العسكريين الاميركيين من الرد بسرعة وبشكل ملائم على كل خبر يصدر، وان يكونوا قادرين على الاتصال بوسائل الإعلام التي تعمل 24 ساعة، وتنظيم حملات إعلامية موجهة الى الصحافة المكتوبة والمسموعة والمرئية والى الإنترنت، كما نحن في حاجة لإقامة مراكز عمليات تهتم بوسائل الاعلام تعمل 24 ساعة في اليوم وتقدم الى الإنترنت ما يوازي ما تقدمه لوسائل الإعلام التقليدية، وإنشاء مؤسسات جديدة لشن هذه الحروب العالمية الإعلامية الجديدة تحل محل الانماط القديمة مثل وكالة الإعلام الأميركية أو إذاعة أوروبا الحرة اللتين انشئتا خلال الحروب الباردة)، واعداد رد استراتيجي (على مستوى الاتصالات).

ويرى أن أسلحة الحرب اليوم تشمل رسائل البريد الإلكتروني وأجهزة الهاتف المحمول المعروفة باسم بلاكبيري والكاميرات الرقمية والمدونات على شبكة الإنترنت.[32]

حروب الأعصاب بالتقنيات الرقمية: احتلال العراق نموذجاً

لم تستعمل أسلحة الذكاء الرقمية الأمريكية عسكرياً لاحتلال المدن وتدمير الجيوش فقط، وإنما استعملت أيضاً كأداة للترهيب والحرب النفسية، وتم استثمارها لتدمير معنويات الجيش العراقي، واثارة القلق والخوف عند المدنيين، وارعابهما بتقنياتها العالية، وأصواتها المدوية، وأساليبها التدميرية الهائلة، واستعمالها بقسوة لتهديم البيوت، والتجمعات البشرية، بقصد تطبيق نظرية الرعب النفسي القائمة على فكرة (الصدمة والترويع) التي ابتدعتها الإدارة الأميركية في احتلالها للعراق، لتدمير الأعصاب من خلال إلقائها خزانات ينتج عنها صوت انفجار هائل، وهي تحتوي مادة متفجرة، لتترك ورائها صوت شديد القوة مع بعض المسامير والقطع المعدنية لاحداث الأنهيار والرعب في النفوس، وهي حرب نفسيّة استعملت فيها وسائل تكنولوجيا التعتيم والتمويه والتضليل، وفقًا لمبدأ الاستراتيجي الصيني منذ خمسة قرون قبل الميلاد: (الحروب الإعلامية هي فن النصر دون حرب)، وهي حرب تستبد

الخصم، وتستهين بوسائله، وهكذا حوّل الإعلام العسكري الأمريكي صور الحروب الى مشهد تقني يشبه صور ألعاب الفيديو أو الكمبيوتر.

ويتمثل مفهوم الرعب في كثافة وحجم القوة التدميرية، صوتاً وإبادة جسديّة، أما الصدمة فتتمثل في نتائج هذا الاستخدام، ويتم هذا المفهوم باستخدام مزيج من الأسلحة فائقة الدقة من الجو مع ضربات جوية وبرية وبحرية متواصلة على الوحدات المتحركة أو أي أهداف مختارة، مع مواصلة الإزعاج بالقصف المستمر، وفرض الهيمنة والسيطرة السريعة بفضل الاستغلال الكامل لخصائص وقدرات وتقنيات الأسلحة الحديثة وحركيتها ودقتها العالية وكثافة التدمير، حتى لا تترك للخصم أي فرصة أو مجال للقتال أو الصمود، بل الوصول إلى انعدام الرغبة في مواصلة القتال والتفكير في الانصياع والاستسلام، ولإيجاد حالة من الاحباط والفزع ودفع الخصم بالقوة، للوصول إلى حالة من الضعف التام وعدم القدرة على التصدي والعجز عن الدفاع، وبشكل عام تعتمد الفكرة العامة لتنفيذ عقيدة الرعب والصدمة على السرعة في التطبيق لشل الخصم، وتحقيق الهيمنة على كافة أبعاد المسرح براً وبحراً وجواً، وشل حركته الارادية، وتدمير عملياته البيولوجية والفسلجيّة، وفعالياته السلوكية والاجتماعيّة.

تقنيات الرعب النفسي

عسكرياً[33]، نجحت الولايات المتحدة الأميركية في السنوات الأخيرة في إضافة أسلحة رقمية متطورة للغاية على ترساناتها، كما انها ادخلت تطويرات جذرية على البعض الآخر، ومن بين الأسلحة التي تم تطويرها صاروخ توماهوك كروز التي استخدمت خلال الموجه الأولى للهجوم، حيث تم توجيهها بنظام تحديد المواقع على الخريطة الكونية عبر الأقمار الصناعية بدلاً من الخرائط الأرضية، وهو ما قلص الفترة المطلوبة بين تحديد الهدف، وبرمجه الصاروخ للإطلاق الى عدة ساعات أو دقائق، بينما كان الأمر يستغرق في الماضي عدة ايام، وفي ظل النظام الجديد أمكن لسفن البحرية الأمريكية ان تطلق صواريخ توما هوك خلال دقائق من تحديد الهدف، وصورايخ كروز التي يتكلف الواحد منها 2.1 مليون دولار، تطلق من المدمرات من طراز (ارليج بورك)، والسفن من طراز تيكوندروجا المهجرة بنظام ايجيس العسكري، لتوجيه الصورايخ، كما تستطيع الغواصات من طراز لوس انجلوس المهاجمة ايضاً واطلاق صواريخ توماهوك، إضافة الى قنبلة عملاقة تزن اكثر من عشرة الاف

كيلوجرام، ويخلف انفجارها سحابة ضخمة مثل السحابة التي يخلفها انفجار قنبلة ذرية، والهدف منها تدمير مواقع محصنة للعدو تدمير كاملاً، وإحداث صدمة للجنود لدفعهم الى الاستسلام، والقنبلة الأمريكية الجديدة يتم توجيهها، ويتم اطلاقها من طائرات شحن طراز سي-130، وكان من اللافت أن المسئولين الأمريكيين لم ينكروا التأثير النفسي للاعلان عن تلك القنبلة واعد وزير الدفاع رامسفيلد أن الهدف من الإعلان عن القنبلة هو (ان يكون هناك ردع كبير للجيش العراقي عن القتال ولصدام حسين كي يترك السلطة)، وإلى جانب ام القنابل هناك القنبلة مدمرة الملشم جي- بي- يو-28، وهي قادرة على اختراق المباني الخرسانية التي يزيد سمكها عن ستة امتار قبل أن تنفجر أما فيما يتعلق بالقوات الجوية الأمريكية فقد قامت بالجهود الأكبر في الحربعلى العراق، فهناك القاذفة بي-2 سبيرت وهي من طائرات الشبح التي لا تكشفها الرادار وطائرة اف-117 ايه نايتهوك المقاتلة، وهي من طائرات الشبح ايضاً، حيث يعتمد سلاح الجو الأمريكي بشكل كبير على القاذفة الثقيلة من طراز بي-52 التي يصفها الأمريكيون بالأسطورة، وهي قاذفة طويلة المدى صممت لأسقاط القنابل الذرية إبان الحرب الباردة.

ويمكن تحديد أبرز الأسلحة الرقمية التي تم استخدامها في احتلال العراق:

1. أسلحة التدمير الحجمي (Volume Detonating Weapons).
2. قنبلة التعتيم طراز(BLU-114) الميكرويفية.
3. قنابل امتصاص الأوكسجين طراز (B،BLU-118).
4. القنبلة الإلكترونية (Electronical Bomb).
5. القنبلة الجوية الموجهة طراز([JSOW]) جو- أرض.
6. ذخيرة الهجوم المباشر طراز (JDAM).
7. السلاح النووي التكتيكي طراز Tactical Nuclear Weapon(11.B-61).
8. الأقلام الإسرائيلية النيوترونية.
9. أنظمة تكنولوجية مساعدة:

أ. أقمار التجسس طرازي (لاكروس) و (KH-1).
ب. نظام (JSTARS) الراداري.
ج. الطائرات الروبوتية طراز (بريداتور)Predator للاستطلاع والقنص.

د. الطائرة الروبوتية (جلوبال هوك).

وفي المرحلة التي سبقت بدء العمليات العسكرية اعتمدت الولايات المتحدة على ترسانة متنوعة من طائرات الاستطلاع الجوي لكشف مسرح العمليات، ورصد أهداف، قد يتم استهدافها فيما بعد بواسطة القاذفات والصواريخ، وتعد طائرات (يو- 2) من ابرز طائرات الاستطلاع الأمريكية، وهي ذات قدرات عالية في جمع المعلومات، كما تعتمد الولايات المتحدة في الاستطلاع ايضاً على طائرات (آر- سي – 135) وهي طائرة ضخمة تشبه طائرات الركوب العادية، ويمكنها الطيران لمدة 11 ساعة متواصلة في عمليات الاستطلاع، وهناك ايضاً طائرة الاستطلاع الشهيرة (أواكس) وهي تطوير للطائرة (البوينغ 707)عن طريق إضافة رادار هوائي على سطحها، كما يستخدم الجيش الامريكي طائرات بريديتور بدون طيار من طراز(آر- كي- 1) وهي مزودة بكاميرات دقيقة للغاية، وهي تقوم بالاستطلاع والتحليق في المناطق التي تمثل خطورة بالنسبة للطيارين.

تقنياً، يملك البنتاجون نطاقاً واسعاً من الخطط لتطوير ميادين المعارك بتكنولوجيا المعلومات بالمدى عينه الذي أدى إليه إدخال الدبابات في الحرب العالمية الأولى، أو القنبلة الذرية في الحرب العالمية الثانية، فسيناريو الحرب المعلوماتية جاهز في حربها ضد الدول، بمعنى أنها لا ترسل فقط الطائرات والدبابات والصواريخ بعيدة المدى، بل أنها تحارب بالكمبيوتر وشاشات الفيديو ولوحات التحكم، بحيث تخلق البيانات الملتيمديه الوهمية، وتدس الفيروسات الكمبيوترية في محطات الاتصالات الهاتفية، وتضرب بالقنابل الذكية مقرات التحكم الالكتروني، وتنشر رقمياً أوامر مزيفة من أجهزة الراديو، وتشوش العربات الجوية الحديثة البث التليفزيوني، ويجري شن الحرب النفسية،وتقوم القنبلة المنطقية بمسح البيانات الخاصة والسرية في شبكات الدفاع والبنوك، وكل ذلك يجري دون أطلاق رصاصة واحدة، حيث حولت تكنولوجيا المعلومات الحديثة الحرب إلى ما يشبه لعب الأطفال، لأن الأنظمة الحديثة الخبيرة، ومعدات الذكاء الاصطناعي، والشبكات العصبية وأشعة الليزر، والروبوت السوبر كمبيوتر والكاميرات الحساسة في التعدد الوسائطي الملتيميدي تحدد أهداف وتحوله إلى أثر خلال ثوان.[34]

وقبل تسعة أيام من بداية الحرب على العراق أطلقت وزارة الدفاع الأمريكية (البنتاجون) قمراً صناعياً وزنه طن، لتسريع الاتصالات بين مسئولي البنتاجون والقادة

العسكريين الميدانيين، وليضاف إلى أسطول كبير من الأقمار الصناعية المنتشرة في الفضاء، وهذا القمر مهمته أيضا تزويد عدد من الصواريخ لقوات التحالف في العراق بشبكة من الاتصالات والمعلومات والنشرات الجوية وتحديد الأهداف وتقدير الخسائر،والملاحظ أن عدد الأقمار الصناعية التي أطلقت قبل احتلال العراق فاق الأضعاف في حرب الخليج الثانية عام 1991، وحسب تعبير مدير العمليات الفضائية لسلاح الطيران الأمريكي(بأن القوة الفضائية تتحول إلى قوة أرضية في النهاية وهي تمثل الشرفة العالية في القتال)، ويقول بروس بيتر كويتس مؤلف كتاب (الوجه الجديد للحرب) عن الأقمار الصناعية والشبكات الحربية بأن (ثورة المعلومات استطاعت أن تغير طبيعة القتال،فإذا أردت أن تكسب الحرب فان عليك السيطرة على المعلومات) [35].

كما وظف الجيش الأمريكي شبكات الأقمار الصناعية المدنية في الحرب لاستخدامها في الاتصالات العسكرية، والاستطلاع وتبادل المكالمات والرسائل بين الجنود المحاربين وعائلاتهم، إضافة لإستخدام صورها الفضائية، ووفقا للخبراء في حجم اتصالات القوات الأمريكية،كانت الصور في ازدياد مع توسع الاعتماد على التقنيات الحديثة، بزيادة قدرها) عدّة مرات في حرب الخليج عام 1991، حيث تم استثمار هذه الأقمار المدنية من قبل الجيش الأمريكي في الحصول على كميات كبيرة من الصور، والاستفادة القصوى من سعات البث عبر أقمار الاتصالات، واستخدامها لنقل اشارات نظم تحديد المواقع التي تضبط اتجاه ومسار (القنابل الذكية وهو ما يجعل (شهية العسكريين للاتصالات الفضائية هائلة أثناء اندلاع الحروب)[36].

كما استخدمت الولايات المتحدة الأمريكية لأول مرة (قنبلة المايكرويف) في حرب احتلال العراق لشل الرادارات والكمبيوترات وتدميرها، وهذه الأسلحة تعرف باسم(أسلحة المايكرويف العالية القدرة)، حيث تستخدم انفجارات الطاقة الالكترومغناطيسية التي يتم إطلاقها بواسطة قنابل ذات تأثير ضئيل أو أجهزة شبيهة (بالبنادق الشعاعية)، لشل وتدمير الالكترونيات التي تتحكم في كل شيء ابتداء من عمل الرادار وانتهاء بعمل الكمبيوتر المحمول، وعلى الرغم من أن أسلحة المايكرويف غير فتاكة لكنها غير قادرة على التمييز، وقد تتدخل في عمل الإلكترونيات مثل جهاز تنظيم نبضات القلب أو الأجهزة الطبية الشديدة التطور، ويحدد أحد الباحثين نوعين من أسلحة المايكرويف: المياكروويفات (النطاق

العريض)، فباستخدام تفجير واحد يمكن نشر أشعة قوية وسريعة عبر نطاق واسع من الذبذبات، والطريقة الأكثر احتمالاً لإطلاق هذا السلاح هي بواسطة صاروخ كروز وبذلك يمكن إيصال السلاح قريباً من الهدف بدون تأثير على الكترونيات الأمريكيين وحلفائهم، والنوع الثاني الماكرويف(النطاق الضيق). [37]

واستعملت الولايات المتحدة الأمريكية عدد من التقنيات الاتصالية والعسكرية، كاستعمال هواتف الثريا للحصول على المعلومات، حيث تم القبض على ثلاثة عراقيين بحوزتهم هواتف (الثريا) النقالة لاستخدامها عبر قمر صناعي في تصحيح أهداف صواريخ الطائرات الأمريكية لقصف بغداد[6]، كما استخدمت وسائل عديدة في الحصول على المعلومات أغلبها (معلومات كانت الكترونية تتضمن إشارات مخابرات وتنصت على الاتصالات وصور الأقمار الصناعية) وذلك لافتقارها العنصر البشري في المخابرات داخل العراق [38].

واقتحمت صواريخ كروز أجواء العراق، وسارت بالاتجاه نفسه الذي تسير فيه الحرب النفسية، وحرصت الدعاية الأمريكية على تفسير القرار(1441) الخاص بنزع أسلحة العراق على أن العراق سيواجه (عواقب وخيمة)، وفسرته دعائيا على إجبار وتنفيذ العراق لهذا القرار باستعمال (قوتها التدميرية)، وتزامن هذا الخطاب مع إعلان واشنطن عن قنبلة (أم القنابل) الفائقة التدمير، وإشاعة خبر عن وجود (قنبلة إلكترونية) تعطل جميع الأجهزة الالكترونية،واحتمال استعمال اليورانيوم المنضب في الحرب [39]، وفي اليوم الخامس من الحرب ألقت القوات الأمريكية أقلام رصاص مفخخة لقتل الابرياء من الشعب العراقي، حيث عاش العراق حرب العشرين يوماً.

ورغم انقطاع التيار الكهربائي في العراق فإن الولايات المتحدة الأمريكية استعملت تقنيات رقمية متطورة لإيصال رسالتها الدعائية، حيث حلقت طائرة عسكرية أمريكية فوق العراق تبث إرسالا تليفزيونيا للعراقيين، يغطي البث الإذاعي كل أنحاء البلاد، ويعمل على خمسة ترددات مختلفة طوال أيام الأسبوع، وكانت فقرات البث تشمل إعادة لرسالة بوش للعراقيين، إضافة للمنشورات الدعائية التي أسقطت فوق العراق وهدفها كان طمأنة الشعب العراقي إلى أن التحالف سيسهم في الإعمار والازدهار. [40]

حروب الإنترنت والصحافة الإلكترونية

بدأت حروب الإنترنت بين العراق والولايات المتحدة قبل أشهر من الغزو، حيث لوحظ وجود إعلانات متلفزة في وسائل الإعلام العراقية، وبالذات المتلفزة، لتشغيل أخصائيين في حقل الكمبيوتر، لاسيما في مجال البحث والبرمجة، وواضعي الفيروس، والمتسللين وقاطعي الطريق الالكتروني، وقرأ المراقبون هذه الإعلانات كجزء من التعبئة لبناء خطوط دفاعية (دوت كوم) في غمرة حرب(إلكترونية) محتملة، ويعرض على الراغبين في العمل رواتب مغرية قياسا بمستوى (دخل الموظفين)، وكانت الولايات المتحدة الأمريكية قد أعلنت أواخر عام 2002 بأن السلطات العراقية قطعت الطريق على الآلاف الرسائل الإلكترونية لشن حرب نفسية ضد كبار المسئولين. [41]

تاريخيًا، بدأت حروب الإنترنت وتشويه مواقع الإنترنت خلال النزاع بين حلف شمال الأطلسي (ناتو)، والحرب عام 1990، عندما ارتطمت طائرة تجسس تابعة للأسطول الأمريكي بمقاتلة صينية أمام سواحل الصين عام 2001، وتمكن قراصنة الكمبيوتر الصينيون من تشويه حوالي ألف موقع لشركات وجهات حكومية امريكية خلال عدة أيام؛ وهذا ما دفع الشركات الأمريكية إلى تطوير معظم المواقع الإلكترونية لمقاومة مثل هذه الانتهاكات. [42]

ويبدو أن ساحات الحرب في العراق وحدها غير كافية لتحقيق الأهداف الأمريكية البريطانية، فتوسعت ميادين هذه الحرب إلى عالم الإنترنت، حيث بدأت هناك حروب جديدة من نوع (الهجمات الرقمية) بين جهات عديدة، بعضهم مواطنون أمريكيون وجدوا وسيلة لذلك للانضمام إلى الجهد الحربي، والبعض الآخر من مجموعات إسلامية تستهدف مواقع أمريكية خصوصا مواقع عسكرية، وآخرون من دعاة السلام، والأبرز هو الحملة الأمريكية تجاه المواقع الإلكترونية التي تكشف أسرار الحرب، وأساليب الخداع والتضليل التي تمارسها الحملة الدعائية والإعلامية للولايات المتحدة الأمريكية.

واعترفت وزارة الخارجية الأمريكية بتأثير هذه الهجمات على المواقع الالكترونية الحساسة المرتبطة بالحرب، وحذرت الشركات المتعددة الجنسيات من أن الغزو على العراق أدى إلى اندلاع (موجة هجمات رقمية) شنها عبر الإنترنت قراصنة معلوماتيون مما أدى إلى

تشويش عدد من مواقع الإنترنت الخاصة، وتخريب بوابات (معلوماتية) تجارية، وكمبيوترات خاصة بشركات، كما استهدفت أنظمة معلوماتية حكومية وعسكرية،[43] حيث استهدف في آذار/ مارس عام 2003 ثلثي هجمات القرصنة عبر الانترنت، الولايات المتحدة وكندا، وهو ما يمثل ضعف العمليات التي استهدفتها عام2002،وبحسب أرقام الشركة البريطانية للأمن المعلوماتي (ام.أي.2 جي) قدرت هذه الشركة قيمة الأضرار الناتجة عن القرصنة المعلوماتية في العالم بما بين (1.75) و(2.14) مليار دولار لشهر آذار/ مارس فقط عام2003.[44]

ولعبت الولايات المتحدة الأمريكية دوراً كبيراً في حروب الإنترنت، لمواجهة وسائل الإعلام العربية، ومواقع الانترنت، ضماناً لإخفاء الحقائق عن الرأي العام بما يدور في حرب احتلال العراق، وكسب معركة من أجل (كسب القلوب والعقول)، ووصلت الهجمة ذروتها في أعقاب نشر موقع قناة الجزيرة على الانترنت صور الأسرى والقتلى الأمريكيين في الأيام الأولى للحرب، وصورة لطفل عراقي مقتول مع تعليق يشير إلى (أن الدماء البريئة تهدر بسبب الجشع، والناس مضلله بحيث أنها لا تستطيع معرفة الحقيقة)، مع مطالبة الجزيرة بردود ووجهات نظر عبر البريد الإلكتروني، وهو ما أثار غضب الإدارة الأمريكية.

ويبدو أن هذه الضغوطات (الفنية) التي تعرض لها موقع الجزيرة ازدادت مع نشوب الحرب، بسبب ازدياد زوار الموقع، مقارنة مع ما قبل الحرب، إضافة إلى التطورات التقنية التي حدثت لهذا الموقع من خلال الأحصائيات التالية:-

وصل ترتيب الموقع في قائمة أكثر المواقع العالمية قراءة على الشبكة العالمية إلى رقم (45) بعد أن كان ترتيبه (444) قبل بداية الحرب.

زادت سعة المعلومات(bandwidth) من 35 ميغا/ ثانية إلى 185 ميغا، وزاد متوسط عدد الصفحات المشاهدة للزائر الواحد حتى وصلت إلى 402 صفحات، وهو ما يزيد على مواقع كبيرة وشهيرة في عالم الأخبار مثل(CNN)، والتي بلغ متوسط صفحات المشاهدة بالنسبة للزائر الواحد 303 صفحات،[14] وهذا ما دعا عملاء (اف بي آي) إلى اقتحام مكاتب إنفركوم في دالاس وهي الشركة المضيفة لموقع الجزيرة نت، وإغلاق الشركة

المضيفة للموقع بعد تعطيل الموقع الخبري الصغير بسبب عرضه صورا مثيرة للجدل، لأسرى أمريكيين حيث ظل هذا الموقع (www. Yellowtimes.org.) معطلاً لعدة ساعات دون تحذير، كما أغلقت مواقع أخرى عربية وإسلامية، وقيل أن السبب وراء حملة التفتيش هو (احتجاج منظمات يهودية وصهيونية على مواد محرضّة ضد اليهود في العالم.[45]

ولم تكن هجمات القراصنة والهاكرز كما اعتادت لغة الإنترنت على تسميتهم، هي ردود الأفعال الغاضبة الوحيدة على شكل مضمون تغطية الموقع للحرب على العراق، بل امتدت هذه الضغوط لتطال مجموعة من كبريات مواقع الإنترنت العالمية الأمريكية التي اعتذرت عن عدم نشر إعلان يتعلق بإطلاق الجزيرة نت موقعها الإنكليزي.

والملاحظ مشاركة (إسرائيل) في حرب الإنترنت من خلال عملهم مع ناشري مواقع الإنترنت، وشركات تقديم خدمات الانترنت بالدولة لضمان عدم نشر المعلومات الحساسة، والمتعلقة بالحرب ومن ضمنها الأماكن المحتملة لسقوط الصواريخ.[46]

وإذا كانت حروب الإنترنت قد نشطت قبل الحرب وبعدها، فأن حرب رقميّة جديدة بدأت هي الأخرى تساهم في تنميّة الحرب الإعلاميّة واشتعالها، وهي حرب الصحافة الإلكترونيّة، حيث أعطت هذه الأزمة، لهذه الصحافة الوليدة بعداً آخر، خاصة أثناء غزو العراق، فشهدت هذه الصحف رواجاً كبيراً في عدد القراء، ومتابعة واضحة لأخبارها وتحليلاتها وصورها عن الحرب، وهذا ما دفع بالشركات الأمريكية الكبرى إلى تعريب المواقع الإلكترونية الكبرى كالسي أن بي سي (CNBC)، وموقع إم إس إن (MCN)، ويأتي هذا الرواج في سياق الثورة المعلوماتية الهائلة التي أتت عن طريق الإنترنت، مؤدية إلى انفجار في المعلومات لم يشهد له العالم مثيل، واكبه أيضا انتشار الصحافة الإلكترونية العربية والتي لعبت دوراً هاماً هي الأخرى في الأزمات العربية الدولية، ومنها حرب إحتلال العراق.

غزو العراق رقمياً

اشتدت الحرب الإعلامية بين العراق وأمريكا، وهي معركة (تبادل فيها الطرفان اللكمات بالكلمة والصورة)، و كان أبرز ورقة في هذه الحملة النفسية هم أسرى الحرب،

سواء مئات العراقيين الذين قيل إنهم استسلموا للقوات الغازية في الجنوب أو الجنود الأمريكيين الخمسة الذين أسرهم العراقيون إلى جانب صور قتلى أمريكيين، وإسقاط مروحية اباتشي امريكية من قبل فلاح عراقي؛ حيث تم استثمار هذه الأحداث لمصلحتهم، إضافة إلى اخبار زعمت السلطات الأمريكية انها عثرت على منشأة يشتبه في إنها مصنع لأسلحة كيماوية، فيما كانت قواتها تتجه الى بغداد، كما اثارت الشكوك حول الحالة الصحية لصدام حسين، بينما وصفت بغداد الجرائم الأمريكية اثناء الحرب بانها (جرائم حرب)، وان القوات الامريكية والبريطانية(تتكبد الخسائر في مواجهة المقاومة العنيفة التي تبديها القوات والحرس الجمهوري والمليشيات العراقية وحتى المزارعين العراقيين)، كما وصفت بغداد الاعداء(بالعصابة والمرتزقة)، وتوعدت(بقطع رأس الأفعى الأمريكية – البريطانية)، كما أعلنت عن العثور على(صاروخ إسرائيلي سقط على العراق)، وبث تلفزيون بغداد الحكومي في 24 مارس 2003 صوراً للجنود والمدنين العراقيين وهم يبحثون على ضفاف نهر دجلة عن طيارين بريطانيين، قيل انهما هبطا فوق بغداد، وكل هذه الصور و الأخبار تأتي في سياق الحرب النفسية بين العراق والتحالف الدولي، (47) حيث استعدت الولايات المتحدة الأمريكية لحرب إعلامية موازية للضربات العسكرية، فتم حشد جيش من الصحفيين المزروعين على ظهور الدبابات لينقلوا رواية من جانب واحد فقط في الجبهة، في سابقة لم يشهد لها تاريخ المهنة الصحفية مثالاً، والمعادلة إتضحت للكثير من الذين رأوا ((جنديين)) على ظهر دبابة واحدة، أحدهما يحمل قاذفة قنابل، والأخر يحمل كاميرا. (48)

ويشير الصحفي روبرت فيسك من صحيفة الاندبندنت البريطانية في 25/ 2/ 2003 في أن (شبكات ال(سي إن إن) وال(سي بي سي) وال(أي بي س) و(صحيفة نيويورك تايمز) وافقت على تواجد مسؤولين من مشاة البحرية الأمريكية بغرفة إخبار تلك الشبكات في ولاية أتلنتا الأمريكية؛ للموافقة على مسودة تقارير مراسيلها قبل إذاعتها أو نشرها). (49)

ومنذ اليوم الأول للحرب بدأت الحرب النفسيّة، وبدأت معها حملة الكذب والتلفيق، التي تدارمن خلال (مركز التأثير النفسي والخداع) التابع لوزارة الدفاع الأمريكية، وتمّ تصوير الحرب على العراق على أنها(حرب نقيّة تستهدف أركان النظام وترسانته

العسكرية) وراج في اليوم الأول لاحتلال العراق معلومة (باحتمال مقتل الرئيس العراقي وأبنائه ومساعديه) أثر ضربة جوية في منطقة المنصور في بغداد، وأعلن توني بلير في بداية ابريل عام 2003 بأن العراقيين قتلوا الأسرى البريطانيين، وأعلنوا أنهم دخلوا البصرة وأسروا قائد الفرقة العراقية في البصرة، وسرعان ما تم تكذيب الخبر من قبل لواء الفيلق من داخل مدينة أم قصر في قناة الجزيرة الفضائية، وتم بث صور الأسرى العراقيين، وتضخيم أعدادهم لخلق حالة اليأس والانهزام في صفوف الجيش العراقي.

ويشير كتاب إقدام على النار: الإعلام بعد feet to the fire –the 9/11 media afire على أن الإدارة الأمريكية الحالية سيئة، وإن الإعلام الأمريكي متواطئ معها، وإن الشعب الأمريكي أوالمتلقي الأمريكي ضحل الفكر والمعرفة، وما جرى في الحرب ضد العراق إعلامياً، هو قصص ملفقة وخداع المتلقي، وتضليل للمعلومات،(50)، واعترف كريستيان الموظف الاستخباري في وزارة الخارجية الأمريكية بأنه خضع لضغوط من أجل (تعظيم مخاطر الترسانة العراقية من أسلحة الدمار الشامل)، واعترف(اليستر كامبل) مستشار رئيس الوزارة البريطاني توني بلير بأنه ارتكب خطأ كبيراً هو(سرقة تقرير أعده أحد الطلاب العراقيين ونسبه لأجهزة الاستخبارات البريطانية).

ومع بدء الحرب، بدأت حرب قتل الصحفيين والمراسلين العرب والأجانب، ولم يكن قتلهم بدم بارد في بغداد من قبل الولايات المتحدة الأمريكية مجرد (خطأ)، كما يحلو للإدارة الأمريكية أن تسوقه من خلال رسائلها الإعلامية، والناطق الرسمي باسم البنتاجون أو الخارجية الأمريكية، أو البيت الأبيض، وإنما يأتي في سياق تكميم الأفواه وإخفاء الحقائق،وهذا ما تجسد من خلال تصريح كريغ كويغلي نائب مساعد وزير الدفاع الأمريكي (أن المراسلين الذين يختارون ملاحقة الأخبار في الجانب العراقي سيكونون عرضة للقصف الأمريكي، فإذا كان هناك هدف مشروع إلى جانب مركز التسهيلات الإعلامية فإن ذلك يعوق صواريخنا عن الوصول للهدف المشروع بغض النظر عما قد ينتج عن هذا القصف)، وهذا ما حدث بالفعل، حيث قصف مقر المراسلين في وزارة الإعلام العراقية، والمركز الصحفي في فندق ميرديان فلسطين، وقناة الجزيرة في البصرة وبغداد، وقناة أبو ظبي، وبلغ عدد الصحفيين الذين قتلوا أثناء الحرب سبعة عشر صحفياً وذلك حتى الخامس والعشرين من اغسطس 2003، والملاحظ إن الأخبار كانت تدار من قبل رجال الحرب النفسية، من

الإستديوهات الخاصة بالتلفزة والإذاعة، لتوجيه الأخبار، ووكالات الأنباء، ومراسلي الصحف الميدانيين، من خلال مواقع في استديو السيلية القطري – الأمريكي، الذي جُهز بأحدث ما تملكه استديوهات هوليوود من وسائل وأجهزة التشويش والتشويه والحيل السينمائية، للتمكن من إنتاجوسائل إيضاح الحرب النفسية التي تناقلتها وسائل الإعلام من المركز المذكور.

كما شهدت الساحة الأمريكية والبريطانية هجوماً عنيفاً على وسائل الإعلام العربية، حيث اتهم نائب وزير الدفاع الأمريكي وولفويتز المسئول الأول للمخطط الأمريكي في العراق هذه الوسائل بنشر (تحقيقات كاذبة ومواقف متحيزة تحرض على العنف ضد قواتنا)، كما هدد الحكومة العربية التي تقف وراء القنوات العربية قائلاً: (على الحكومات أن تتوقف وتدرك أن الأمر ليس لعبة وأن ذلك يهدد حياة القوات الأمريكية)، واعترفت قناة (فوكس نيوز) بأن العرب استطاعوا أن ينافسوا القنوات الغربية لأول مرة في تاريخ الإعلام المرئي العالمي، وأن يفرضوا صورتهم حتى على الغرب.[51]

وفي جبهة الجنوب، وبالذات مدينة أم قصر والبصرة، بدأت القوات البرية الأميركية والبريطانية الزحف على المدينتين بأوقات مختلفة، ومعها حملة إعلاميّة استعملت فيها فنون الحرب النفسية، فأظهرت اللقطات الأولى التي بثت عبر الأقمار الصناعية إلى الوكالات أسرى من العراقيين، قيل إنهم استسلموا للقوات الغازية، وتبين فيما بعد، إنها (فبركة) إعلاميّة، تم صناعتها قبل الحرب، حيث ظهر الأسرى بملابس عسكرية أنيقة، وبارتياح واضح، ومعنويات عالية، لا تدل على إنهم كانوا يحاربون!، ثم بدأت مرحلة أخرى للحرب النفسية، وهي (حرب المناشير)، حيث تم إلقاء عشرات الآلاف منها بعد تأخر دخول القوات البريطانية إلى وسط البصرة، والسيطرة على هذه المدينة التي تعد ثاني أكبر مدينة عراقية، بسبب المقاومة العنيفة، وتدعوهم إلى الاستماع إلى إذاعة (النهرين) للحصول على معلومات مهمة وعاجلة كما جاء في المنشور، وتحاول أن تعيد الثقة بها (هذه المرة سوف نبقى معكم)؛ وهي إشارة إلى الأهالي بأن القوات المحتلة لن تخذلهم مرة أخرى كما خذلتهم عام 1991، وتكريس المعنى الإيجابي للغزو ((أيها الناس في البصرة، نحن قادمون لتحرير العراق، وعدونا هو الحزب وليس الشعب، نحن في حاجة إلى مساعدتكم للتعرف على العدو، ولإعادة إعمار العراق)، وكان لون المنشور يعطي لوناً إيجابياً، وهو

اللون الأخضر، لحب أهالي الجنوب له لارتباطه بمعتقداتهم الدينية والمذهبية، وفي المقابل عمدت وسائل الإعلام الأمريكية إلى تكرار بث صور عملية سيطرة القوات الأمريكية على مكان غير معروف في جنوب العراق وإطلاق النار، والهجوم بالقنابل الحارقة، وخروج عنصر من القاتلين العراقيين، وتطورت تقنيات التغطية التليفزيونية للحرب إذ قام المذيعون بالتعليق بصوت شديد التأثر على صور الفيديو عبر الهاتف، لتقدم المدرعات في الصحراء على خلفية الحرائق والغبار. (52)

واستخدمت وسائل الإعلام الأمريكية جيوشاً من المتعاملين معها، الذين يتم تسويقهم تحت مسميات: محلل سياسي، خبير عسكري، عقيد أو عميد أو لواء أو فريق متقاعد، باحث في الشؤون العربية والعراقية، ناشط سياسي عراقي، زعيم حزب عراقي معارض، دبلوماسي عراقي سابق، داعية حقوق إنسان، كاتب وإعلامي... الخ.

وعند احتلال بغداد تم فبركة مشهد سقوط تمثال صدام بين قناة CNN والقوات الأمريكية على الهواء مباشرة، حيث تم إحضار عدد من الأشخاص للقيام بإسقاط التمثال، بهدف تكريس الصورة في ذهن المواطن الأمريكي والغربي، بأن أمريكا جاءت بالفعل لتحرير العراق من صدام حسين، وهذا ما أكده عسكري أمريكي في قناة CNN و Show time، حيث قال أن الهدف الرئيسي من هدم تمثال صدام حسين هو: أن نترك الإعلام ليقوم بوظيفته to let the media do their thing، الأمر الذي يشير إلى أن الهدف من إسقاط التمثال هو الترويج إعلامياً لعملية (تحرير العراق)، و لتنفيذ هذه الخطة كان لابد من قصف فندق فلسطين، لإجبار الأعداد الكبيرة من الصحفيين بترك الفندق، وسحب وكالات الأنباء والقنوات الفضائية، بحيث يصبح النقل المباشر لقنوات محدودة فقط، ولا ينقل إلا ما ترضى عنه قوات الاحتلال. (53)

هوامش الفصل السابع

1. انظر للتفاصيل عن تعاريف الحرب الإلكترونية:

Richard A. Clarke & Robert knake, Cyber War, HarperCollins (2010), p:6-

Myriam Dunn Cavelty, CYBERWAR: CONCEPT, STATUS، QUO, AND LIMITATIONS, CSS Analysis in Security Policy, CSS ETH Zurich, No،71, April 2010, at this link: www.sta.ethz.ch/*******/download/906/6864

2. عصام تعمان، الحرب الإلكترونية بديلاً من المقاومة المسلحة، موقع العربية نت، السبت 27 صفر 1433هـ - 21 يناير 2012
3. انظر للتفاصيل عن الفيروسات وأنواع أسلحة حرب المعلومات:

– هشام سليمان، حرب المعلومات الوجه الجديد للحروب، 2001،

http://www.islamonline.net/servlet/Satellite?c=ArticleA_C& pagename=Zone-Arabic Health Science /HSALayout & cid= 1175947754312

– مقالة عن فيروسات الحاسوب على الموقع:

http://ar.wikipedia.org/wiki /

– مقالة عن دودة الحاسوب علىالموقع:

http://ar.wikipedia.org/wiki /

4. Agress , C,Igbria , M , and Edberg D، the virtual society , forces and issues: heinformation society , An international journal , vol 14 , n0= 2 , 1997.

5. Czerwinski , T .j: the third wave: that the tofflers never told you , washingtion dc , national defense university institute for national starategies studies , Number 72.
6. جمال غيطاس، حروب المعلومات، 2004م، أنظر:

http://arabinfo.blogspot.com/2004/08/blog-post_17.html

7. http://digital.ahram.org.eg/articles.aspx?Serial=429382&eid=2 09
8. انظر للتفاصيل: محمد حامي، الموت القادم من حروب المعلومات، مجلة أمن المعلومات – العدد (8) تشرين الأول 2006.
9. ذياب البداينة، الأمن وحرب المعلومات، دار الشروق، الأردن2006، ص:154-155.
10. محمد حامي، الموت القادم من حروب المعلومات، مصدر سابق.
11. من كتاب Business Informatin Systems، الطبعة الثانية، 2003.
12. انظر للتفاصيل:

Mark Clayton, Stuxnet malware is 'weapon' out to destroy... Iran's Bushehr nuclear plant?, The Christian Science Monitor, September 21, 2010, at this link:

http:/ / www.csmonitor.com

/Stuxnet-malware-is-weapon-out-to-destroy-Iran-s-Bushehr-nuclear-plant

Robert McMillan, Was Stuxnet Built to Attack Iran's Nuclear Program, PCWorld, September 21, 2010, at this link:

www.pcworld.com/businesscenter/article/205827 /

was_stuxnet_built_to_attack_

/USA/2010/0921

irans_nuclear_program.html

13. Confront and Conceal: Obama's Secret Wars and Surprising Use of American Power," to be published by Crown 2012

14. Jim Wolf, "U.S. Air Force prepares to fight in cyberspace، رويترز، 3 نوفمبر، 2006.

15. Ian Traynor، 'Russia accused of unleashing cyberwar to disable Estonia'، جريدة كارديان، 17 مايو، 2007.

16. Website of Kyrgyz Central Election Commission hacked by Estonian hackers ،Regnum ،14 December. 2007.

17. Aإعلان حرب،was posted on youtube.

18. البيـان البحرينيـة: مـناورات سـرية أمريكيـة صـينية علـى حـرب الإنترنـت بتـاريخ 18/ 4/ 2012.

19. صحيفة الوطن - 15/ 7/ 2006 م.

20. http://www.tvalsalam.tv/news/760 /

21. http://www.،unipresse.com/article.php?id=77314 .

22. عبيدلي العبيدلي، حرب الإنترنت أو الحروب الإلكترونية، صحيفة الوسـط البحرينيـة، العدد 2703، 30 يناير 2010م.

23. صحيفة الوطن بتاريخ15/ 7/ 2006 م.

24. انظر للتفاصيل عن الحروب الرقمية بين العراق والولايات المتحـدة الأمريكيـة: يـاس خضير البياتي، يورانيوم الإعـلام – حـروب الأعصـاب بالتقنيات الرقميـة، المكتـب المصري للمطبوعات،القاهرة 2008.

25. http://www.grenc.com/show_article_main.cfm?id=25023

26. http://www.egovconcepts.com/channels/cyberwar/113-facebook-revolution.html

01 ديسمبر 2010

27. http://aljoore-a.com/vb/archive/index.php/t-51.html

28. ttp://arabic.arabianbusiness.com/business/technology/2010/jan/24/35278

29. عبيدلي العبيدلي، حرب الإنترنت أو الحروب الإلكترونية، صحيفة الوسط البحرينية، العدد 2703، 30 يناير 2010م.
30. حسين الإبراهيم، غزة... الحرب الخفية عبر الإعلام الإلكتروني، مجلة دراسات – العدد (36)، 2009
31. http://www.grenc.com/show_article_main.cfm?id=25023
32. شبكة النبأ المعلوماتية -الأثنين 20/ شباط / 2006 -21 / محرم الحرام/ 1427.
33. www.elaph.com/Web/Politics/2006/2/129242.htm?sectionarchive
34. أنظر للتفاصيل عن الأسلحة المدمرة التي إستعملت في الحرب على العراق: مصطفى عبد الجواد أسلحة الذكاء الأمريكية، موقع:

www.Documents.and settings/fiac.vas/desktop

35. سلام إبراهيم عطوف، المعلوماتية المعاصرة في الحرب انظر التفاصيل موقع www.iraqipapers.com
36. انظر للتفاصيل عن الاقمار الصناعية المستخدمة في حرب الخليج الثانية عام 1991 وحرب احتلال العراق، موقع:www.iraq.net
37. وكالات الأنباء، نقلا عن صحيفة الشرق الأوسط بتاريخ 22 مارس (آذار) 2003
38. غاء غاغليوت، أمريكا تستخدم قنبلة المايكرويف، صحيفة الزمان بتاريخ 21 / 3 / 2003م.
39. صحيفة الزمان، بتاريخ 29/ 3/ 2003
40. موقع www.arabia.com/news
41. شفيق شقير، ملامح الحرب النفسية مع بدء ضرب العراق، موقع:www.aljazeara.net
42. شبكة النبأ المعلوماتية، صناعة إعلامية أمريكية للعراق الجديد، بتاريخ 29 / 5 / 2005، موقع www.annabaa.org
43. إذاعة BBC، نقلا عن موقع www.iraq.net
44. بيرون أكوهيدو، هجمات انترنتية مناوئة للحرب، صحيفة الشرق الأوسط بتاريخ 27 مارس 2003
45. وكالة الأنباء الفرنسية بتاريخ 3/ 3/ 2003، موقع: www.aljazeara.net
46. وكالة رويتر، نقلا عن صحيفة الزمان، العدد 1461، بتاريخ 25/ 3/ 2003.
47. موقع: WWW.aljazeera.net بتاريخ 3/ 3/ 2006.
48. المصدر السابق.

49. وكالة رويتر 22 / 3 /2006.
50. حسام شاكر، قناة الحرة الإسرائيلية: الإعلام في خدمة الحرب، انظر موقع: www.islamonline.net
51. علي عبد المنعم، 19 إبريل، بغداد والخريطة الكبرى، موقع: www.islamonline.net
52. صحيفة الشرق الأوسط، العدد 9861، 27 نوفمبر 2005.
53. انظر التفاصيل حول مقتل الصحفيين: أحمد منصور، قصة سقوط بغداد، الطبعة السادسة، الدار العربية للعلوم، بيروت 2004 ص 99 – 108.
54. وكالات الأنباء، نقلاً في صحيفة الخليج الإماراتية بتاريخ 25 مارس 2003.
55. علي عبد المنعم، 19 إبريل، بغداد والخريطة الكبرى، مصدر سابق.

الباب الثاني



دولة الإعلام الجديد

(لا أريد أن يكون منزلي محاطاً بالجدران من كل الجوانب، ونوافذي محدودة.أريد أن تهب ثقافات كل الأوطان على منزلي من جميع الجهات، وبكل حرية، لكنني أرفض أن يقتلعني احد من جذوري).

المهاتما غاندي

الفصل الثامن

الإعلام الجديد والإعلام التقليدي: مقاربات التعايش والاختلاف

مقدمة عامة:،

بدءاً لابد من تصويب فهم خاطئ يتعلق بمصطلح الإعلام الحديث، وهو مصطلح يستخدم في أكثر من شكل، بعض المتخصصين يطلق عليه أسم وسائل الإتصال الحديثة، والبعض الأخر يسميه الإعلام الجديد أو الإعلام التفاعلي، وهناك من يصفه بالإعلام الشبكي والإعلام الإلكتروني أو الإعلام الرقمي، والحقيقة أن هذه التسميات على رغم إختلافها اللفظي إلا أنها تفيد عن مدلول واحد هو الإعلام الحديث.

والملاحظ ان العديد من الباحثين يسردون العديد من التعريفات المتداولة في الإنتاج الفكري الغربي، الا إنهم يجدون صعوبة في وضع تعريف شامل للإعلام الحديث لأسباب عدة أهمها (أن هذا الإعلام هو في واقع الأمر يمثل مرحلة انتقالية من ناحية الوسائل والتطبيقات والخصائص التي لم تتبلور بشكل كامل وواضح، فهي ما زالت في حالة تطور سريع، وما يبدو اليوم جديداً يصبح قديماً في اليوم التالي). [1]

ويشير الإعلام الجديد (New media) أو الإعلام الرقمي(Digital media) إلى مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من إنتاج ونشر واستهلاك المحتوى الإعلامي بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية (الوسائط) المتصلة أو غير المتصلة بالإنترنت، كما تتيح وسائط الإعلام الجديد إمكانيات هائلة للتواصل والإتصال الاجتماعي كما هو الحال في خدمات الهاتف المحمول والشبكات الاجتماعية على الإنترنت مثل(FaceBook) وعلى الرغم من أن الإنترنت ليست المثال الوحيد على وسائط الإعلام الجديد إلا أنها كانت وما زالت السبب الرئيسي لوصف هذا النمط من الإعلام بالجديد.

وثمة من يميل إلى حصر الإعلام الجديد بأشكال التواصل في العالم الرقمي التي تتضمن النشر على الأقراص المدمجة وأقراص الـ (DVD) على شبكة الإنترنت.

وبخلاف الصحف والمجلات المطبوعة، فإن وسـائل الإعـلام الجديـد تشـتمل علـى: المواقع على الشبكة العنكبوتية، النقل المتدفق للصـوت والفيـديو، غـرف الدردشـة، البريـد الإلكتروني، مجتمعات الإنترنت، دمج البيانـات الرقميـة مـع الهـاتف، والكـاميرات الرقميـة والهواتف الجوالة، وسواها مما يستجد في هذا العالم المفتوح على كل ما هو جديد ومدهش.

لقد ارتـبط الإعـلام الجديـد بـالتطورات الـتي شـهدتها شـبكة الإنترنـت وبخاصـة الإمكانيات التفاعلية التي أتاحها Web 2.0 وكانت أبرز تطبيقاتها ما تشـهده مـن شـبكات اجتماعيه وأدوات اتصال ومشاركة للمحتوى والأفكار والتجارب والخبرات.

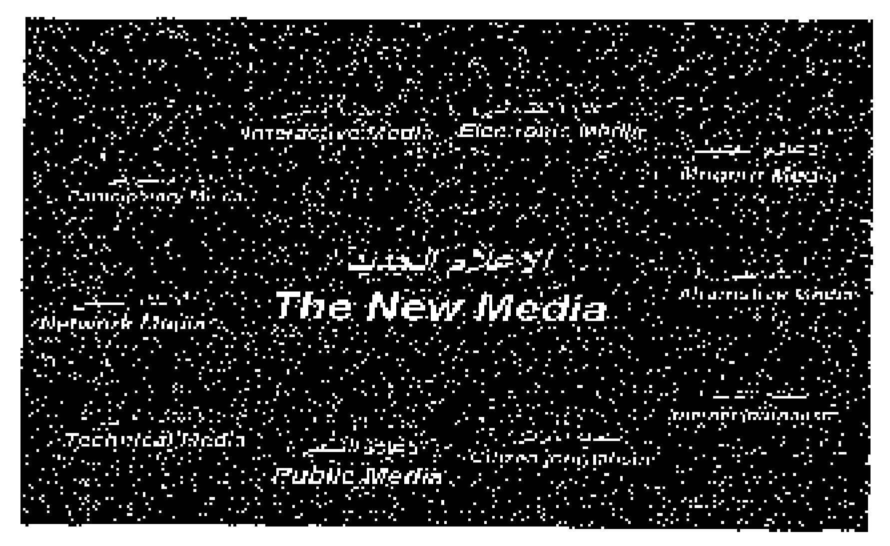
ومع ذلك يمثل الإعلام منظومة جديدة تختلـف عـن (المنظومـة المشـهدية)، وتحقـق مجالاً شبكياً يتحول فيه الفرد باستمرار ما بين موقعي الإرسال والتلقـي، وتتصـير في داخلـه العوالم الفردية، وتمثل شبكة الويب فضاءً جماعياً يشترك المسـتخدمون في إنتاجـه، وهـو بهـذا المعنى يمكن النظر إليه على أنه نموذج تواصلي جديد: لا يتعلق بعملية بـث مركزيـة، ولكـن بتفاعل داخل حالة ما، يسهم كل فرد (مرسل – مستقبل) في اكتشافها بطريقته أو تغيير هـا أو الحفاظ عليها كما هي، ولقد أحدث الأنترنـت، بوصـفه العنصـر الـرئيس في هـذه المنظومـة، تغـييرات بنيويـة في خريطـة الإعـلام بشـكل عـام: وفسـح المجـال بقيـام تعدديـة إعلاميـة افتراضية.[2]

ويمكننا القول إن الإعلام الجديد هو إعلام عصر المعلومات، فقد كان وليداً لتزاوج ظاهرتين بارزتين عرف بهما هذا العصر ظـاهرة تفجـر المعلومـات (Telecmunication) وظاهرة الاتصالات عن بعد، (Information Explosion)، وهو يعتمد علـى اسـتخدام الكمبيوتر والاتصالات عـن بعـد في إنتـاج المعلومـات والتسـلية وتخزينهـا وتوزيعهـا، هـذه الخاصية هي عملية توفير مصادر المعلومات والتسلية لعموم النـاس بشـكل ميسـر وبأسـعار منخفضة، وهي في الواقـع خاصـية مشـتركة بـين الإعـلام القـديم والجديـد، الفـرق هـو أن الإعلام الجديد قادر علـى إضـافة خاصـية جديـدة وهـي التفاعـل الـتي لا يوفرهـا الإعـلام القديم، وهذه الخاصية أضافت بعداً جديداً مهماً إلى أنماط وسائل الإعلام الجماهيري الحالية التي تتكون في العادة من منتجات ذات اتجاه واحد يتم إصـدارها مـن مصـدر مركـزي مثـل الصحيفة أو قناة التلفاز أو الراديـو إلى المسـتهلك مـع إمكانيـة اختيـار مصـادر المعلومـات والتسلية متى أرادها وبالشكل الذي يريده.

وهذا يعني أن الإعلام الجديد (Multimedia) يتميز أيضاً بأنه إعلام متعدد الوسائط، حيث يتم عرض المعلومات في شكل مزيج من النص والصورة والفيديو، مما يجعل المعلومة أكثر قوة وتأثيراً، وهذه المعلومات هي معلومات رقمية يتم إعدادها وتخزينها وتعديلها ونقلها بشكل إلكتروني، كما يتميز أيضاً بتنوع وسائله وسهولة استخدامها، وهذه الخصائص غيرت من أنماط السلوك الخاصة بوسائل الاتصال. (3)

ومع أن الإعلام الجديد يتشابه مع الإعلام القديم في بعض جوانبه، إلا أنه يتميز عنه بالعديد من السمات التي يمكن إيجازها بما يأتي: التحول من النظام التماثلي إلى النظام الرقمي، والتفاعلية، وتفتيت الاتصال، واللاتزامنية، وقابلية التحرك أو الحركية، وقابلية التحويل، وقابلية التوصيل والشيوع أو الانتشار، والكونية. (4)

ان هذا الإعلام الجديد بأدواته ولغته المختلفة التي لا يتقنها الجيل السابق من الإعلاميين أو السياسيين، نزعت عن الإعلام صفة الصناعة المعقدة المكلفة، والأهم من ذلك أنها أخرجته من دائرة السيطرة المركزية للحكومات أو للشركات متعددة الجنسية العابرة للحدود. فالإنترنت ألغت جدوى ومنطق وإمكانية السيطرة والتحكم بالإعلام، قانونياً وإجرائياً (فكيف يمكن السيطرة على تغريدات ملايين من مستخدمي التويتر مثلاً؟) ولتصبح قاعدة قياس الأداء هي السرعة والانفتاح الكامل في توصيل المعلومات والآراء، يتناقض ذلك مع قواعد نشر الأخبار في وكالات الأنباء العالمية: الدقة تسبق السرعة.



شكل رقم 12

تكنولوجيا الإعلام الجديد

تتميز أدوات ووسائط الإعلام الجديد بشكل عام بأنها رقمية، فلسنا بحاجة إلى أي من الوسائط التقليدية في أي مرحلة من مراحل إنتاج أو نشر أو إستهلاك المحتوى الإلكتروني كما أن هذه الشخصية الرقمية قد جمعت معظم الأجهزة في جهاز واحد هو الكمبيوتر الشخصي والأجيال المتقدمة من الهواتف المحمولة.

الميزة الثانية للإعلام الجديد أنه إعلام تفاعلي، يسهل التواصل بين الملايين من مستخدميه حول العالم كما يسهل تبادل ونشر المحتوى بين مستخدمي الإنترنت (إعلام تشاركي).

الإعلام الجديد أيضا هو إعلام مالتي ميديا Multimedia، فعملية إنتاج وتوزيع ومطالعة المواد المكتوبة والمسموعة والمرئية أصبح أسهل من أي وقت مضى بل وأصبح الشخصية المميزة للإعلام الجديد.

وأخيراً، منح الإعلام الجديد لمستخدمي الإنترنت قدرات غير مسبوقة لإنتاج محتواهم الخاص وهو ما بات يعرف بالمحتوى الذي يتجه الجماهير Users Generated Content، ورغم وجود من يقلل من أهمية المحتوى الذي يتجه المستخدمون، إلا أن هذا المحتوى قد بدأ في تغيير الصور النمطيه عن من يمكنهم الكتابة والنشر والتأليف، كما أنه إعلام عابر للحدود والثقافات واللغات.



شكل (13)

إن النموذج الجديد الذي تسهم التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال، وبخاصة الانترنت ومتغيرات العصر في تشكيله، كونه غير مركزي يسر للأفراد إمكانيات إنتاج الخطابات والمشاركة في الاتصال العمومي، وما يميزه أيضاً انه لا يتعلق فقط بما يسمى (الكثرة المعلوماتية)، ولكن بتعميم القدرة على الكلام للأفراد، ويسهم في تشكيل (فضاء عمومي) أكثر انفتاحاً، إذ لم يعد التواصل العمومي يقتصر على النخب السياسية والثقافية من أحزاب وجمعيات وغيرها[5]، نظراً لما تمتاز به استعمالات الأنترنت من تعدد الوسائط، والنصية الفائقة، والنقل التجميعي، والتزامنية والتفاعلية.

وبدون شك فأن وراء ظاهرة الإعلام الجديد عوامل تقنية واقتصادية وسياسية يمكن تلخيصها فيما يأتي:

1. **العامل التقني المتمثل في التقدم الهائل في تكنولوجيا الكمبيوتر:** تجهيزاته وبرمجياته، وتكنولوجيا الاتصالات ولاسيما ما يتعلق بالأقمار الصناعية وشبكات الألياف الضوئية، فقد اندمجت هذه العناصر التكنولوجية في توليفات اتصالية عدة إلى أن أفرزت شبكة الشابكة (الإنترنت) التي تشكل حالياً وسيطاً يطوي بداخله جميع وسائط الاتصال الأخرى: المطبوعة والمسموعة والمرئية، وكذلك الجماهيرية والشخصية، وقد انعكس أثر هذه التطورات التكنولوجية على جميع قنوات الإعلام: صحافة وإذاعة

وتلفاز، وانعكس كذلك وهو الأخطر على طبيعة العلاقات التي تربط بين منتج الرسالة الإعلامية وموزعها ومتلقيها، فقد انكمش العالم مكاناً وزماناً وسقطت الحواجز بين البعيد والقريب، وكادت تكنولوجيا الواقع الخيالي أن تسقط الحاجز بين الواقعي والوهمي وبين الحاضر والغائب وبين الاتصال مع كائنات الواقع الفعلي والكائنات الرمزية التي تقطن فضاء المعلومات.

2. **العامل الاقتصادي المتمثل في عولمة الاقتصاد** وما يتطلبه من إسراع حركة السلع ورؤوس الأموال وهو ما يتطلب بدوره الإسراع في تدفق المعلومات، وليس هذا لمجرد كون المعلومات قاسماً مشتركاً يدعم جميع النشاطات الاقتصادية دون استثناء، بل لكونها أي المعلومات سلعة اقتصادية في حد ذاتها تتعاظم أهميتها يوماً بعد يوم، وبمعنى آخر، إن عولمة نظم الإعلام والاتصال هي وسيلة القوى الاقتصادية لعولمة الأسواق وتنمية النزعات الاستهلاكية من جانب، وتوزيع سلع صناعة الثقافة من موسيقى وألعاب وبرامج تلفازية من جانب آخر.

3. **العامل السياسي المتمثل في الاستخدام المتزايد لوسائل الإعلام من قبل القوى السياسية** بهدف إحكام قبضتها على سير الأمور والمحافظة على استقرار موازين القوى في عالم شديد الاضطراب زاخر بالصراعات والتناقضات، وقد تداخلت هذه العوامل التقنية والاقتصادية والسياسية بصورة غير مسبوقة، جاعلة من الإعلام الجديد قضية شائكة جداً، وساحة ساخنة للصراعات العالمية والإقليمية والمحلية. [6]

إن التحديات الأوسع التي تواجهها مع الإعلام الجديد بالتحديد لا تقتصر على الجوانب التكنولوجية في وسائل الإعلام الحديثة، وإنما تشمل أيضاً تحديات (المحتوى) في ما يكتب وينشر ويقال عبر تلك الوسائل بما في ذلك أدوات الإعلام المجتمعي(Social Media).

ولم يكن (الإعلام الجديد) بالضرورة أسرع وأبلغ من التلفزيون وبثه الحيّ المباشر، وإنما أضفى بالتأكيد أبعاداً وإيحاءات جديدة لم نعهدها من قبل، وربما لن نستوعب تأثيرها لوقت طويل مقبل.

إن الشبكات الإجتماعيه وتطبيقات الإعلام الجديد توفر لمستخدمي الإنترنت الأدوات التي تساعدهم على مشاركة بعضهم البعض والعمل معا بتسهيلها أحد أو كل العمليات التالية:

- التواصل بواسطة البريد الإلكتروني، الرسائل القصيرة والفورية والدردشة.... الخ.
- العمل التشاركي من خلال ويكيبيديا وأدوات المشاركة الأخرى **Sharing**.
- التعليم بواسطة أدوات التعليم والتدريب الإلكتروني ومشاركة المحتوى.
- التسليه والترفيه من خلال تنوع المحتوى المنشور والذي يلبي كل الأذواق.

لذلك فإن هناك من يفضل تعريف الإعلام الجديد بأنه (إعلام التشارك)، فكل محتوى موجود على الإنترنت ينقصه تفاعل مستخدمي الإنترنت بإضافة تعليق أو حتى تبادله مع مستخدمين آخرين أو انتاج محتوى آخر يحمل وجهة نظر مختلفة وجليدة، إن مشروع مثل ويكيبيديا الذي أصبح بديلا لدوائر المعارف التقليدية- كبيرة الحجم- ينتج محتواه المستخدمون وهي متاحة بالمجان وبكل لغات العالم تقريبا.

إن قوة التأثير التي يمتلكها مستخدمو الإنترنت ووسائل الإعلام الجديد أصبحت عالمية وتجاوزت بالفعل حدود الدولة التي يعيش فيها مستخدم الإنترنت،[7] فالاحصائيات الدولية تعكس حقيقة قوة الإعلام الجديد وتأثيراته الحالية والمستقبلية، فهناك هناك أكثر من 201 بليون فيديو مشاهد كل شهر عبر موقع قوقل، و350 مليون مستخدم لموقع الفيسبوك يدخل عبر الهاتف الجوال، و1.2 بليون مستخدم للإنترنت على مستوى العالم، و55 مليون موقع الكتروني، وترليون مشاهد يوميا على اليوتيوب، و9.5 بليون مشترك بالهواتف الجوالة، و100 بليون صورة مرفوعة على فلكر، ويساهم منتج الآيباد 88% من محتوى الأجهزة اللوحية في تصفح الإنترنت.[8]

وهناك أكثر من 90 مليون مشترك في قوقل نسبة النمو 652 مليون يوميا ويتوقع ان يصل الزوار 390 مليون خلال عام 2012،[9] وهناك اكثر من 225 مليون حساب تويتر 140 مليون مستخدم نشط، واكثر من 340 مليون تويت ترسل يوميا،[10] وفي الموقع 132 مليون مستخدم ويستخدم الموقع business to business، ويتواجد 800 مليون مشترك في الفيسبوك، وقد يصل لبليون مشترك في نهاية 2012، وهناك 30 مليون ببريطانيا

يمثلون 50% من المستخدمين، كما يقضي الفرد بالعالم العربي 200 دقيقة من وقته يوميا على الإنترنت بينما يمضي 155 دقيقة مشاهداً التلفاز.[11]

إن فيس بوك وتويتر ويوتيوب وفليكر هي مجرد نماذج لشبكات اجتماعية يستخدمها مئات الملايين حول العالم لتبادل ونشر الصور (فليكر) ومقاطع الفيديو (يوتيوب) أو لتبادل الأخبار والنصوص القصيرة كما هو الحال في (تويتر)، كما توجد الآلاف من الشبكات الاجتماعية الأخرى- الأقل شهرة- المتخصصة في مجالات عدده من حيث المحتوى أو الجمهور المستخدم.

وأخيراً، منح الإعلام الجديد لمستخدمي الإنترنت قدرات غير مسبوقة لإنتاج محتواهم الخاص وهو ما بات يعرف بالمحتوى الذي ينتجه الجماهير(Users Generated Content)، ورغم وجود من يقلل من أهمية المحتوى الذي ينتجه المستخدمون، إلا أن هذا المحتوى قد بدا في تغيير الصور النمطيه عن من يمكنهم الكتابة والنشر والتأليف، كما أنه إعلام عابر للحدود والثقافات واللغات.

والإعلام الجديد بحسب ما ورد من مداخل وتعريفات ونقاش يمكن التعبير عنه كما يلي:

- هو ليس بثاً أحادياً وتلقياً إجبارياً مثل ما كانت تتميز به نظم الإعلام القديم، ولكنه تفاعل يختار فيه الناس احتياجاتهم ويشاركون هم في الوقت ذاته ليس بالرأي فقط بإعلام شخصي خاص بكل فرد على حدة.
- ان الأسس التي يقوم عليها هذا الإعلام تختلف عما سبق وهي تشمل: الرقمية، التفاعلية، التشعبية، الفردانية، التخصيص، الجماهيرية وتزاوج الوسائط والتكنولوجيات.
- يجب علينا أن نقر أن تغييرا كاملا يلمس الوسائل الإعلامية القائمة تكنولوجيا وتطبيقيا كما أن هنالك مستحدثات إعلامية غير مسبوقة تأخذ مكانها الآن وقد جاءت بتطبيقات وخصائص جديدة وان حالة جديدة هي وسائل الإعلام حسب الطلب Media Customization تأخذ مكان وسائل الاتصال الجماهيري Mass Media.

- ان عملية تحويل وتغيير جذرية تتم للوسائل القائمة Metamorphosis عندها ستكون جميع أجهزة التلفزيون وجميع أجهزة الراديو خارج نطاق الاستخدام كونها أجهزة تعمل في اتجاه واحد One-Way والتغير الجاري يتجه نحو بناء وسائل تفاعلية Interactive Media.
- في هذا الإعلام تعمل جميع الأجهزة التقليدية وغيرها على منصة الكومبيوتر وتصنع عالماً اتصالياً جديداً ثنائي الاتجاه Tow -Way له مزايا لم تكن تتوفر في الإعلام القديم.

الإعلام التقليدي والإعلام الجديد: الفردية والتكاملية

شهد عصرنا موجات متعاقبة من التغييرات السريعة في العديد من مناحي الحياة، وحصل الشيء ذاته في الإعلام، فخلال العقود الثلاثة الأخيرة شهدنا سلسلة مستجدات ومتغيرات في أنماط ووسائل الاتصال الجماهيري، سواء الإعلام الرسمي أو الخاص، شملت اللغة والمحتوى وبالتالي أثرت على القدرة على الاحتواء والتوجيه بما في ذلك قوانين المطبوعات والنشر، كما أثرت على مدى وسرعة انتشار وسائل الإعلام ورسائلها.

قبل ثلاثة عقود، كان الإعلام العربي موجهاً أحاديا تحكمه قوانين المطبوعات والنشر التي ترى في الإعلام جزءاً من المنظومة الأمنية، إذ كان يتم حماية مباني الإذاعة والتلفزيون بقوات عسكرية منعاً للانقلابات التي غالبا كانت تبدأ من الإذاعة، أمّا في 2011 فقد شهدنا كيف أن التغييرات بدأت في القاهرة مثلاً من ميدان التحرير ومهّدت لها أجهزة الهاتف المحمول الذكية و(اللابتوبات).

الإعلام القديم كان بدأ يتداعى في أعقاب الحرب الأهلية اللبنانية وما تلاها من هجرة الصحافة المطبوعة الخاصة إلى لندن وباريس بهدف أن تتحلل من قيود القوانين والممارسات الرسمية وحتى المجتمعية، مع ان بعضها كان يحول ليكون جزءاً من موروث الحروب الإعلامية والسياسية على الجبهة العربية.

وقد أعقبت موجة الصحف المهاجرة ظاهرة صدور الصحف الأسبوعية – التابلويدز– مستفيدة من تحديث قوانين المطبوعات والنشر مطلع التسعينات والتي سمحت

للقطاع الخاص بامتلاك هذا النوع من الإعلام، ثم اكتسى النمط المستحدث صورة غير جذابة، وإن كانت أحياناً شائعة، لما استجد من رصد الأخبار الصارخة أو أحياناً افتعالها، ورافق ذلك انتهاك حرية الأفراد الشخصية وخروقات واضحة للقوانين على يد صحفيين صعوداً إلى متنفذين في مراكز سلطة استغلوا صحافة الإثارة لغايات شخصية أحياناً وسياسية أحياناً أخرى، وأعقب ذلك ظهور الفضائيات في النصف الثاني من تسعينيات القرن الماضي حاملة معها تغييرات جوهرية في أنماط التواصل ومحتواه وفي تحصيل القوة الإعلامي/ السياسية، التي جعلت البعض يشبهه بقنابل نووية صغيرة من حيث قوة تأثيرها في الردع السياسي.

وفي البداية لعبت قنوات إخبارية - كقناة سي ان ان- دوراً رئيساً في حرب الخليج الأولى مثلاً، حتى ظن البعض أن الحرب تتم عبر برنامج 24 ساعة وتحبك خيوطها على الأثير، ساعدها على ذلك توالي الأزمات والحروب التي شاركت بها قوى دولية من حرب الخليج إلى هجمات 11 سبتمبر 2001 في الولايات المتحدة وتداعياتها، حتى إذا جاء (الربيع العربي) كانت الفضائيات بما فيها الناطقة بالعربية حاضرة بقوة اجتياح وتأثير مضاعفة مئات المرات، فبعضها تستخدمها جهات متمكنة مالكة لقنوات إعلامية ضخمة وجاهزة لتعبئة الرأي العام بهدف خدمة مصالحها وغاياتها المختلفة، وفي ظل ما استقطبته بعض القنوات من ملايين المشاهدين وأيضاً في ظل ما واجهته من معوقات كبيرة بالعمل الميداني، ومخاطر تعرض لها المراسلون، وكذلك التشويش المتعمد الذي تعرض له بث بعض القنوات، وإستنباط أجوبة شافية حيال المسؤولية عن حوادث وأخطاء مهنية وقعت بها بعض القنوات في التحقق من المصادر والمعلومة، وما إذا كان بعضها يقع في إطار الهفوات المهنية أم هي أجندة مدروسة كجزء من سياستها وخطها التحريري.

والحلقة الثالثة في المستجدات الإعلامية السريعة تجسد بولادة الإعلام الجديد، إبتداء بالمواقع الإلكترونية الإخبارية وصحافة المواطن(Citizen Journalism) المتمثلة بالمدونات والتعليقات، مروراً بوسائل الإعلام المجتمعي وانتظاراً لثورة الهواتف الذكية التي أضحى الجهاز منها مجموعة إعلامية وإتصالية متكاملة بآفاق تقنية لا حدود لها وإن ما زالت في بداياتها، وكل هذا الذي استجد على الإعلام وغيّر أدواته ولغته ووظيفته أخذ يفرض تحديات جديدة مفتوحة للاجتهاد والإبداع، فلم يعد بالإمكان التحكم بالإعلام من خلال

قوانين النشر الحكومية أو أي من القيدات التقليدية التي تضاءلت سطوتها ونشأت الى جانبها اعتبارات جديدة ينبغي علينا ان نأخذها بالحسبان. [12]

وبدون شك فإن المنافسة بين وسائل الإعلام التقليدية ووسائل الإعلام الجديدة تميل لمصلحة وسائل الإعلام الاجتماعية والمواطنين الصحافيين، ولم يعد بإمكان وسائل الإعلام التقليدية تجاهل المواطنين الصحافيين، ولا مقاطع فيديو (الهواة) على يوتيوب، أو أي معلومات أخرى تتدفق عبر وسائل الإعلام الاجتماعية، بل إن معظم الصحافيين التقليديين المحترفين يستخدمون وسائل الإعلام الاجتماعية للتواصل مع جمهورهم بطرق جديدة، ومع ذلك لايمكن تجاهل نجاح الإعلام التقليدي بشكل واضح في توظيف وسائل الاتصال الجديدة في خدمة مؤسساته، لذلك فإن شكل الإعلام الجديد مستقبلاً سيتغير جذرياً مع قدرة مستخدميه على قلب الموازنة والتعدي على قامات الإعلام التقليدي الذي ما زال يمتلك القدرة والشهرة والخبرة، كما يظل الإعلام الجديد اليوم متأثراً بشكل كبير من قبل رجالات الإعلام التقليدي، إن جل المستخدمين المؤثرين في (تويتر) هم كتاب الصحف التقليدية والعاملون في القنوات الإخبارية، مع بعض الاستثناءات ويتحرك الرأي العام في تويتر بناءً على ما يكتبه المستخدمون أصحاب العواميد في الصحف ومقدمو البرامج الحوارية، وما زالوا هم المتربعين على عرش الإعلام الجديد.

من هذه الرؤية استطيع ان أشير الى عدم جدوى الحديث عن صعود التقليدي أمام الجديد على قاعدة حلبات المصارعة الحرة وأحكام الضربة القاضية، بل هي بكل تأكيد الدعوة المفتوحة للتكامل بين الوسيلة الإعلامية وبين التكنولوجيا المعاصرة والاستفادة من هذا الابتكار بعده فرصة سانحة وعطية مواتية اذا ما لقيت من يتماهى معها بعقل متفتح قادر على الاستثمار في هذا الميدان وغير غافل عن المتغيرات التي تكتنف المشهد العام ليس على مستوى المؤسسة ولا حتى مربع القطر الواحد، بل هو العالم الأوسع الذي اصبحنا وأمسينا نلامسه بإشارة زر على جهاز الهاتف النقال ومن خلال عوالم الشبكة العنكبوتية التي لا تعد ولا تحصى.

فالإعلام التقليدي قادر على أن يتجدد وأن يستثمر في متغيرات التكنولوجيا المعاصرة وفي آليات التواصل المتجددة، وأن يعبر بها فضاءات القارات بانسيابية مستفيداً من هذا الكم الهائل من الأدوات التي تجعله اقوى، إن هو ثابر من اجل الحصول على التميز

وعلى قدم التفرد في تطوير المحتوى الإعلامي، نصاً وصياغة، صورة وحركة، شكلاً ومضموناً، رؤية ورسالة، لغة وطرحاً، فكراً وحداثة، بحثاً وإمعان نظر، نقلا ومعالجة، وأما الوسائل كانت قديمة أو متجددة أو جديدة فهي في يد القادرين على استيعاب المرحلة والمتفاعلين مع المتغير المفيد، ومن يمتلكون القدرة على اتخاذ القرار المناسب المبني على الاستقصاء العلمي لتطبيق افضل الوسائل من اجل إيصال الرسالة الإعلامية.

وحتى تصل الصورة بشكل افضل في العلاقة بين المحتوى وبين الوسيلة دعونا نقترب أكثر من مخاض العام المنصرم 2011 حيث سخونة الأحداث في المنطقة العربية جعلت من الإعلام بشكليه التقليدي او الجديد محط نظر، بل هو التركيز عالي المستوى على ما تبثه هذه الوسائل من معلومات متلاحقة وفي تدفق لا نظير له تقريبا في سنوات سابقة، وكلنا تابعنا مواقع التواصل الاجتماعي وهي من وسائل الإعلام الجديد كما تابعنا القنوات التلفزيونية وهي من الوسائل التقليدية، وكلنا تابعنا التحليلات السياسية المنشورة في الصحف كما شاهدنا اليوتيوب وهو يوثق الأحداث بلقطة حية، لكن ألم نكن كذلك جميعا ولا زلنا شهوداً على ان الفضائيات وهي من التقليدي كما تصنف استطاعت ان تستثمر في الجديد وتتكأ عليه لنقل الصورة مباشرة من موقع الحدث، الم تتحول مواقع اليوتيوب وما زالت الى أداة فاعلة في يد البث التلفزيوني التقليدي بل تم تطويع بعضا منها لتوجيه الرأي العام في اتجاه ما تقتضيه المواقف السياسية والتحالفات الطارئة، الم تستعن الصحيفة المطبوعة بمواقع فيس بوك وتويتر من أجل نشر اكثر من مادة خبرية وتصريح هام ورأي موجه، الم تستفد هذه المطبوعة الورقية من وسيلة المواقع الإلكترونية لتقيم شبكات من التواصل مع القاصي والداني وتفعل علاقاتها وتؤدي رسالتها، الم تستفد حتى الإذاعات العربية والعالمية من كل هذا التدافع المعلوماتي والتكنولوجي لتهمس في الآذان بما تنتقيه بعناية فائقة أو تلقيه على الأسماع بلا مبالاة.[13]

وتحديداً فهناك أكثر من إتجاه، واكثر من رؤية، تلتقي وتتباعد، فيما يخص العلاقة بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد ومقاربات التعايش والإختلاف، فأنصار الإعلام الجديد يرى:

1. إن الإعلام غير أدواته ولن يعود لما كان عليه في السابق خاصة وإن الشارع العربي كان يتعامل مع إعلام رسمي، ولكن في الربيع العربي فإن الجماهير قالت كلمتها.

2. ليس من السهل العودة للوراء، لكننا سنشهد موجة من التطرف الإعلامي والرهان الأكبر والأساسي هو على الإعلام البديل الذي من الممكن أن نطلق عليه انه إعلام الفقراء والإعلام المتحرر الذي جلب له الملايين والذي يعبر المواطن من خلاله دون المرور بمقص الرقيب، وسيلعب دوراً حاسماً بعيداً عن سطوة سلطة المال، ولكن يبقى السؤال عن الاجندات السياسية التي قد تلعب وتسيطر على هذا الإعلام.
3. إن الثورات العربية سيكون لها الدور الحاسم في تحرير الإعلام العربي من القيود التي عانى منها منذ عقود طويلة، لكن الثورات سيزداد تأثيرها تدريجياً ولكن حرية الإعلام لا تتحقق بإزالة القيود المفروضة عليها، فالثورات قد تحرر الاعلام ولكنها لا تضمن إعلاماً حراً حقيقياً.
4. ان الثورات قد فتحت الباب لإزالة القيود، وممارسة الحرية السياسية تحتاج لمقومات، فكذلك الحال بالنسبة للاعلام.
5. أصبحت وسائل الإعلام الاجتماعية وسيلة قوية للدفاع عن حرية الصحافة، وعن الحريات عامة، مثلما أصبحت تمثل السلطة الخامسة حيث عجزت وسائل الإعلام التقليدية عن لعب دورها.

والبعض الأخر يرى أن الإعلام التقليدي لا يمكن الغاء دوره لأنه مازال يعيش في بيئة تقليدية مرتبطة بقوة الماضي، وبسيطرة الحكومات، وباختصار يمكن اختصار الأفكار:

1. نجح الإعلام التقليدي بشكل واضح في توظيف وسائل الاتصال الجديدة في خدمة مؤسساته، لذلك فإن شكل الاعلام الجديد مستقبلاً سيتغير جذرياً مع قدرة مستخدميه على قلب الموازنة والتعدي على قامات الاعلام التقليدي، الذي ما زال يمتلك القدرة والشهرة والخبرة.
2. هناك مبالغة كبيرة في دور الإعلام الجديد في التأثير على العملية السياسية في العالم العربي.
3. لا يزال دور الحكومات العربية في الاعلام الجديد غامضاً، قد يؤدي الوجود الحكومي في مواقع التواصل الاجتماعي الى تغيير شكل المداولات السياسية، ففي المستقبل القريب، اذا كان هناك توظيف مثالي لوسائل الاعلام الجديد من قبل الحكومات العربية فسيكون هناك وجه آخر مختلف تماماً للاعلام الجديد عما نعيشه اليوم.

4. تأسيس المجتمع المدني في العالم العربي سيجر الانتباه من الإعلام الجديد الى الشارع السياسي الحقيقي، واليوم، نرى تخبطاً كبيراً واتسياباً ملحوظاً وارتجالاً في الطرح في مواقع التواصل الاجتماعي، وفي حال انخراط الناشطين في مؤسسات المجتمع المدني، فإن الطرح السياسي على تويتر وغيره سيصل الى مرحلة أكبر من النضج الفكري، وسيؤسس المجتمع المدني إلى خطاب سياسي جديد وسيكون له بطبيعة الحال اثر في المداولات القائمة اليوم على مواقع التواصل الاجتماعي.

وبالتأكيد فأن الإعلام الجديد أصبح وسيلة مهمة وفاعلة في عملية التغيير المنشودة، فبعد أن كان الإعلام يهطل عامودياً من السلطة باتجاه الشعب، أضحى الآن إعلاماً أفقياً يشارك الناس في صياغته، بعيداً عن تلك الهرمية الرأسية التوليتارية، وصار للموبايل وظيفة أخرى غير المحادثة والتناجي وبعث وتلقي عشرات الرسائل التي تتعدى فكرة الدردشة إلى الثرثرة، وإنما صار موثقاً لمغالاة السلطات في قمع ناشط، أو فض مظاهرة، أو التعدي على حق الإنسان في الرأي والتعبير.

الإعلام الجديد و(ديموقراطية المهمشين)

إن المواقع الاجتماعية وغيرها من الإمكانيات التقنية باتت وسيلة فعالة للتأثير على الأحداث السياسية، سواء في المناطق الإقليمية او على نطاق العالم، كما أصبحت وسيلة لتشكيل الرأي العام والضغط على السلطات، من خلال فتح مجال أوسع للمعارضة لفضح الحكومات وإظهار الفساد، كما ساعدت على زيادة النزعة السياسية لدى عناصر في المجتمع قد تكون خاملة سياسياً ودفعها للمشاركة والتفاعل مع الأحداث، وهو ما أدى إلى زيادة النشاط السياسي للمجتمع وخلق الرأي العام الجديد باتجاه إحدى القضايا، وحشد الجمهور وتنظيم الاحتجاجات والتظاهرات التي يصعب أو يستحيل أحيانا تحقيقها في ظل الإعلام التقليدي وبهذه الفترة الزمنية، كما حصل في بعض الدول العربية.

ومع ذلك لا يزال القلق يسيطر على الكثير بتدخل الحكومات في خلق اساليب جديدة في الرقابة على الإنترنت، وهو ما جعل سيرجي برين المؤسس المشارك لشركة جوجل يشير الى (إن مبادىء الانفتاح وعالمية الاستخدام التي تقوم على أساسها خدمات الإنترنت تواجه أكبر مخاطرها على الإطلاق، وأن التهديد الذي يواجه حرية استخدامه يأتي

من مجموعة من العوامل منها الجهود المتزايدة من قبل حكومات للرقابة على استخدام الإنترنت والاتصالات، وهناك القوى التي اصطفت في وجه الانترنت من كافة الجوانب وفي مختلف أنحاء العالم، وهو أمر مخيف[14]، لكن هناك من يرى الإقبال على استخدام وسائل الإعلام الجديد في اطراد مستمر، وهو ما تكشفه الأرقام، إذ بلغ عدد مستخدمي الفايسبوك في العالم العربي مطلع العام 2012 أكثر من 36 مليون مستخدم في 16 دولة، وبهذا يكون العالم العربي الكتلة البشرية الخامسة على مستوى العالم ممن تستخدم الفيسبوك، الإمارات العربية هي أكثر دولة في العالم بالنسبة إلى مستخدمي الفايسبوك مقارنة بعدد السكان (56.92٪ من إجمالي عدد السكان)، وإن الإعلام الجيد ماض، بخطى حثيثة، في تحديث المجتمعات العربية، ولن توقفه كل أدوات المنع والرقابة والحصار والسجون، ثمة عالم يتشكل بعيدا عن ذهنية الوصاية والهيمنة والتحريم، وأمام من يتصدى لهذه التحولات الجبارة خياران: إما أن يعلن استسلامه وينخرط في هذه الموجه العالمية ويستوعب ميكانزماتها، وإما أن يتحول إلى دونيشكوت يحارس العبث، ولا يحصد إلا ثمار الخيبة والفشل.[15]

وبدون شك فان دور الإعلام الجديد في الثورات العربية، كان ابرز عناصره مواقع التواصل الاجتماعي، والذي كان فعالاً وساهم في تحويل الغضب الباطني الى غضب علني لكنه لم يصنع ثورة، مثلما صنع دوراً أساسياً في إعطاء صورة عن حجم التأييد لبعض الأفكار وأتاح الفرصة لجمع الناس التي تشترك في هذه الأفكار، كما ساهم في إيصال رسالة الغضب ضد الحكام الى الداخل والى العالم الخارجي وتحولت وسائل التواصل الاجتماعي من أداة اجتماعية الى أداة لحشد الآراء ووسائل التحرك التي أسهمت في التغيير، كما أنها ساهمت في إنهاء ثقافة الرعب، لكن هذا لا يعني انها خلقت الثورة، فالثورة أتت من الفقر ومساحة ضيقة للحرية فرضتها أنظمة ديكتاتورية، وهذه الثورات كانت ستندلع عاجلاً أم آجلاً بصورة أو بأخرى.[16]

وبدون شك فأن تأثير الشبكات الاجتماعية، أو الإعلام الجديد بشكل عام، يتحدد في نوعين من التأثير؛ أولهما: التأثير الفعلي الذي تُمارسه تلك الشبكة، سواء من حيث قُدرتها على جذب ملايين الشباب، أو من خلال متابعتها اللصيقة للكثير من الأحداث والقضايا، وبثّها بالصورة والصوت لحظة بلحظةٍ لكافة أنحاء العالم، مما بات يشكل (رقابة شعبية) تفضح تقصير الحكومات وتجبر مسؤوليها على التحرُّك لتدارك الأخطاء والأخطار،

وعامل قوي على قدرة الإعلام الجديد على قيادة عملية التغيير في المجتمع، ولعل حدث (سيول جدة) تأكيد على الدور الإيجابي الذي يلعبه هذا الإعلام، حيث نجح المُدوِّنون السعوديون في إبراز حجم الكارثة، ورصدوا تقصير المسئولين، مما ساهم في بلورة تحرك على أعلى مستوى للتعامل مع الأزمة ومعاقبة المقصرين.

أما التأثير الثاني للإعلام الجديد، وهو في القدرات الكبيرة الكامنة داخل تلك الشبكات، والمتمثّلة في ملايين الشباب التوّاقين للمشاركة في صناعة التغيير داخل مجتمعاتهم، لكنهم يحتاجون إلى من يرشدهم ويشاركهم في حوار فعّال لإنضاج أفكارهم البكر، ونقلها من فضاء الإنترنت إلى أرض الواقع، لإن تلك الشبكات يمكن أن تكون فتحاً إذا أُحسِن توظيفها من قبل الجهات الحكومية أو الأسر أو من قبل الشباب أنفسهم؛ لأنه ليس مطلوباً من هؤلاء الشباب الذين يُشكّلون أغلبية ساحقة في المجتمع العربي أن يجلسوا ويسكتوا في ظلّ غياب المؤسسات الضعيفة.

إن التأثير القوي لـ(الإعلام الجديد)، والذي يصفه البعض (ديمقراطية المُهمّشين)، بأنه الذي لا يتطلب أموالاً كثيرة أو تقنية عالية، كما أنه يمنح الشباب المهمّش إحساساً بالأهمية، فتدوينة صغيرة قد يقرأها المئات أو الآلاف عبر العالم مما يشعر صاحبها بالأهمية ويفجّر طاقاته ومواهبه، حيث إنه أعطى قدراً من التوازن بين مكونات المجتمع، فلم تعُد الحكومات تتحكم فيما يُذاع ويبثّ للناس كما هو الحال في الإعلام التقليدي، بل أصبح بمقدور أي شخص أن ينقل بالكلمة والصورة ما يشاهده لكل العالم؛ حيث يجري تداوله والتعليق عليه في دقائق قليلة، بعيداً عن يد الرقيب وبطشه.

كذلك فإن (الإعلام الجديد) يتميّز عن نظيره التقليدي، بأنه الأقرب لنبض الناس؛ حيث يسمح لهم بالتعبير ويخاطب شخصياتهم ويعطيهم الأهمية الذاتية، حيث لم يعد الأمر يدور ما بين رسالة ومرسل ومتلق ووسيلة كما هو الحال في الإعلام التقليدي، وإنما أصبح هذا المتلقي متلقياً ومرسلاً في الوقت نفسه، وبالتالي أصبح مشاركاً فاعلاً في العملية الاتصالية.

وإذا كان لفيس بوك وأقرانه كل هذا التأثير والحضور في حياة الشباب، فكيف نراقب محتواه؟ وبأي وسيلة نحصّن شبابنا من الانزلاق في الاستخدامات السلبية لتلك الشبكات، خاصة أنها لا تقل خطورة وتأثيراً عن استخداماته الإيجابية؟

وبدون شك فإن الصورة ليست وردية تماماً، فهناك أخبار كاذبة وصور مفبركة وأشخاص يتحركون بأسماء وهمية، إضافة لما يشهده الإنترنت من عمليات تشهير وفضائح، لكن المنع والحظر ليس حلاً في التعامل مع تلك التقنيات؛ لأن الشباب سوف ينجح في الوصول لوسائل بديلة، ولذا فإن الخيار الأمثل هو الرقابة الاجتماعية والرقابة الذاتية وتربية الشباب على أن يكونوا مسئولين؛ لأن الإنسان عندما تعطيه قدراً من الثقة يشعر بالمسئولية ويتصرف بطريقة راقية، وإن كان ذلك لا يقلل من أهمية الوعظ والتذكير المستمر.

أشكال الإعلام الجديد

يعد الاعلام الجديد ثورة تقنية، اثارت ضجة كبيرة في الآونة الاخيرة، حيث عدّ الإعلام الجديد بمثابة مساحة حرة للتعبير في مختلف القضايا، فما هو الإعلام الجديد؟ وما هي أهم اشكاله؟

إن الحديث عن الإعلام الجديد يقودنا بداية إلى مفهوم الويب 2.0، هذا الاخير مصطلح يشير إلى مجموعة من التقنيات والتطبيقات التي أدت الى تغيير سلوك الشبكة العالمية الإنترنت.

وهناك اختلافات كبيرة بين الباحثين في تعريف مفهوم الويب 2.0، ومن المفارقات أن تيم أورليTim O'Reilly أول من تحدث عن مصطلح الويب 2.0 قدم تعريفين مختلفين لمصطلح الويب 2.0 الأول في سنة 2005 وقدم تعريف اخر في 2006، وقد ظهر مصطلح ويب 2.0 لأول مرة سنة 2004 على يد تيم أورليTim O'Reilly ودل دوجرتي Dale Dougherty، وقد استخدما هذا المصطلح لوصف الاتجاهات التقنية الحديثة، وقد حددا لها مجموعة من الخصائص تتلخص في التفاعلية، التعاون، مشاركة المستخدم.

والويب 2.0 هو فلسفة أو أسلوب جديد لتقديم خدمات الجيل الثاني من الإنترنت، تعتمد على دعم الاتصال بين مستخدمي الإنترنت، وتعظيم دور المستخدم في إثراء المحتوى الرقمي على الإنترنت، والتعاون بين مختلف مستخدمي الإنترنت في بناء مجتمعات إلكترونية، وتنعكس تلك الفلسفة في عدد من التطبيقات التي تحقق سمات وخصائص الويب 2.0 أبرزها المدونات Blogs، التأليف الحر Wiki، وصف المحتوى Content Tagging، الشبكات الاجتماعية Online Social Networks، الملخص الوافي للموقع RSS.

وبذلك فإننا نؤكد على أن الويب (Web2) ليست تقنية في حد ذاتها، ومما يدل على ذلك أن المدونات بدأ الحديث عنها في 1997 وظهرت بالفعل في 1999 وانتشرت في 2003، كذلك الشبكات الاجتماعية متواجدة على الإنترنت منذ التسعينيات، كما أن تقنية الملخص الوافي للموقع بدأت في الظهور منذ منتصف التسعينات، بينما مصطلح الويب 2.0 ظهر في 2004، وعند تقديم التطبيقات الخاصة بالويب 2.0 تم حصر التطبيقات التي تتوافر فيها خصائص وسمات خدمات الإنترنت في بيئة الويب 2.0 حتى وإن كان التطبيق وجد قبل ظهور مفهوم الويب 2.0 كما أوضحنا في المدونات والشبكات الاجتماعية.

اما الاعلام الجديد فيعرفه قاموس التكنلوجيا الرفيع - high-tech dictionary- بانه: اندماج الكمبيوتر، وشبكات الكمبيوتر، والوسائط المتعددة.

ويتخذ الإعلام الجديد اشكالاً مختلفة ومتنوعة ولعل أهمها الشبكات الاجتماعية، مواقع المفضلات الاجتماعية Social bookmarking، إضافة إلى مواقع تبادل الصور والفيديو، وكذلك المدونات.



شكل (14)

أولاً: الشبكات الاجتماعية:

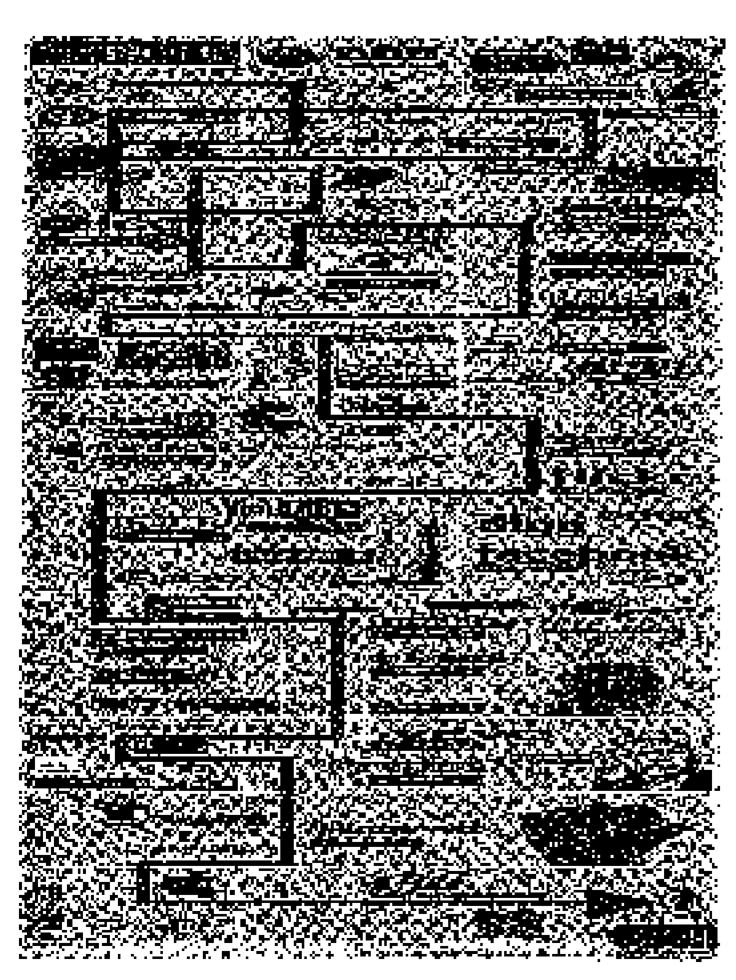
يبدو بأن تاريخ نشوء الشبكات الاجتماعية يعود الى سنة 1960، وتحوي الشبكات الاجتماعية عدداً كبيراً من المواقع أبرزها الفيسبوك وتويتر(تم تخصيص فصل كامل تعرف موسوعة ويب اويبديا الشبكات الاجتماعية بأنها: عبارة تستخدم لوصف أي موقع على الشبكة العنكبوتية يتيح لمستخدمه وضع صفحة شخصية عامة معروضة، ويتيح إمكانية تكوين علاقات شخصية مع المستخدمين الآخرين الذين يقومون بالدخول على تلك الصفحة الشخصية، مواقع الشبكات الاجتماعية يمكن أن تستخدم لوصف المواقع ذات الطابع الاجتماعي، مجموعات النقاش الحي، غرف الدردشة وغيرها من المواقع الاجتماعية الحية. (17)

وازدادت تلك الأهمية مع ظهور وانتشار شبكات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر والتي استطاعت أن تغير بشكل كبير طريقة تواصل الناس وتفاعلهم،

وطريقة تسويق المنتجات وبيعها، وطريقة تواصل الحكومات مع مواطنيهم، وطريقة أداء الشركات لأعمالهم، كما أنها غيرت مفهوم العمل التطوعي والكيفية التي يمارس بها الناشطون السياسيون والاجتماعيون والحقوقيون أنشطتهم، وكما نشاهد هذه الأيام فإن تلك الشبكات الاجتماعية بدأت في التأثير في العملية الديمقراطية نفسها.[18]

ولا أحد فينا ينكر التطور الهائل الذي عرفته الشبكات الأجتماعية مؤخراً، كثورة تقنية بامتياز، رغم ان مصطلح الشبكات الإجتماعية على الإنترنت ليس بالشيء القديم جدا)، وهناك ايضا موقع tikingitglobal و(فرند فيد) و(ماي سبايس) للتواصل الاجتماعي وغيرها،

وهذا التخطيط البياني الذي أعده فريق Citizen Brando يبين تطور الشبكات الاجتماعية على مر السنين انطلاقاً من سنة 1960 الى 2012.



شكل (15)

وهناك أنواع للشبكات الاجتماعية وهي:

1) نوع أساسي

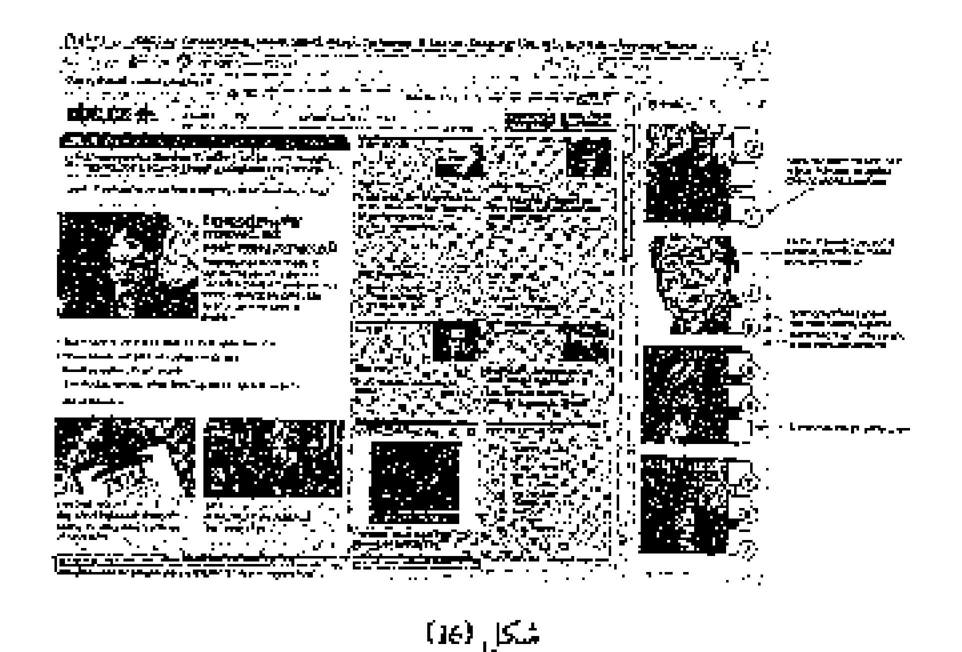
وهذا النوع يتكون من ملفات شخصية للمستخدمين وخدمات عامة مثل المراسلات الشخصية ومشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية والروابط والنصوص والمعلومات بناءً على تصنيفات محددة مرتبطة بالدراسة أو العمل أو النطاق الجغرافي مثل مواقع فيس بوك وماي سبيس وهاي فايف.

2) مرتبط بالعمل

وهو من أنواع الشبكات الاجتماعية الأكثر أهمية وهي تربط أصدقاء العمل بشكل احترافي وأصحاب الأعمال والشركات وتتضمن ملفات شخصية للمستخدمين تتضمن سيرتهم الذاتية وما قاموا به في سنوات دراستهم وعملهم ومن قاموا بالعمل معهم.

3) ميزات إضافية

هناك بعض الشبكات الاجتماعية توفر ميزات أخرى مثل التدوين المصغر Micro Blogging مثل موقع تويتر وبلارك والشبكات الجغرافية مثل موقع برايت كايت.



شكل (16)

ومن أبرز المواقع العلمية الشهيرة – إضافة إلى الفيسبوك والتويتر – هي:

- ماي سبيس Myspace:

الموقع الذي كان الأكثر رواجاً قبل أن يدخل في منافسة شديدة مع الفيس بوك مؤخراً.

- أوركوت Orkut:

منتج قوقل والذي لم يلق رواجاً كبيراً في أمريكا لوجود العملاقين فيس بوك وماي سبيس.

- نت لوج NetLog
- هاي Hi5 5
- لنكد إن LinkedIn: شبكة اجتماعية للمحترفين، يضم الموقع قرابة مليونين محترف ومحترفة في مجالات متنوعة، يتشاركون في مجموعات اهتمام، وأهم خاصية متميزة في الموقع هي خاصية التزكيات، فبإمكان المدير أو أحد الزملاء السابقين في وظيفة معينة تزكية المستخدم الذي كان يعمل معهم في الشركة.
- Xing:

على غرار الموقع السابق، شبكة اجتماعية لمستخدمين محترفين حول العالم.

- ديفاينت آرت Deviantart:

الموقع الأشهر لعرض التصاميم الرقمية في شتى المجالات.

- آرتيكيان Artician:

شبكة اجتماعية تجمع المصممين الرقميين على شبكة الإنترنت على غرار(الديفاين آرت) ولكن بشكل أكثر إتقان وبخصائص أكثر تنوع.

ولقد حاول العرب الاستفادة من فكرة الشبكات الاجتماعية لإنشاء شبكات اجتماعية عربية، لكنها لم تصل إلى شهرة الفايسبوك، تويتر، وماي سبايس.

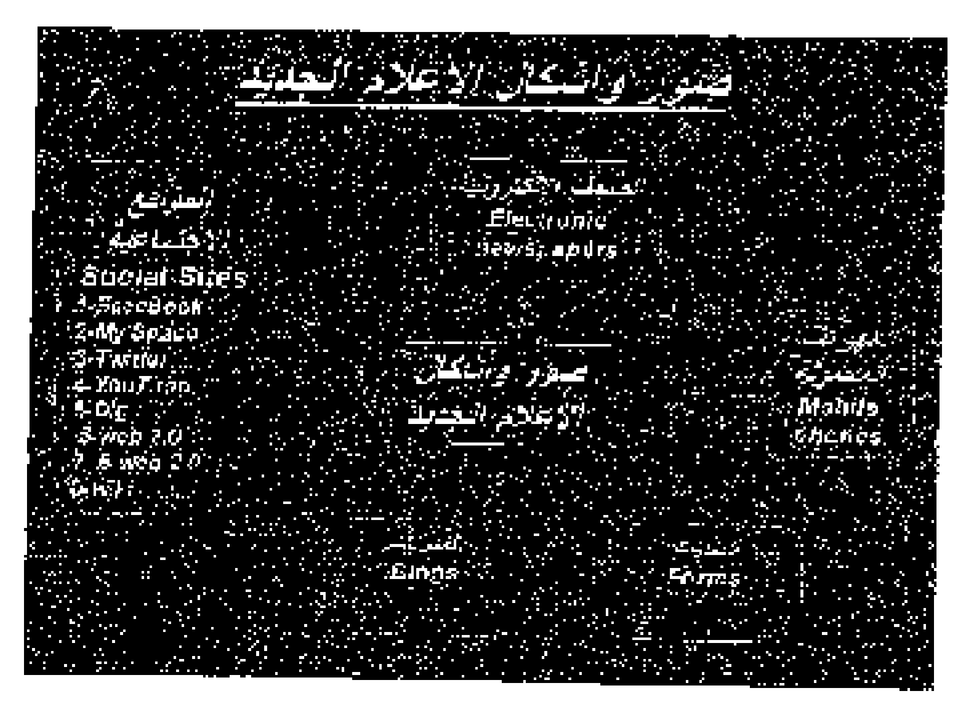
وهذه بعض الأمثلة عن شبكات اجتماعية عربية أبرزها:

1) شبكة فرنداوي:

تعد نفسها بمثابة فايسبوك للعرب، شعارها فرنداوي، دليل الأصدقاء العرب، تقدم خدمات متعددة، منها إمكانية انشاء مدونات للاعضاء، إنشاء مجموعات، الدردشة، مشاركة الصور، إضافة إلى الألعاب.

2) شبكة ارابز

شبكة اجتماعية تتيح التواصل مع الأصدقاء،والتعرف على آخرين من مختلف انحاء العالم، تقدم خدمة مشاركة الصور والمدونات، إضافة إلى إمكانية التواصل على الشبكة بواسطة حساب الفايسبوك الخاص بالمستخدم.



شكل (17)

ثانيا: المفضلات الاجتماعية:

وهي مواقع تسمح بإنشاء مفضلات المستخدم وأرشفتها، وحتى مشاركتها مع باقي الأعضاء المسجلين في هذه المواقع، وهي مفضلة موجودة على شبكة الإنترنت، ومن أبرز المفضلات (موقع ديغ) الذي يتيح للمستخدمين إضافة مفضلاتهم ومشاركتها مع الاخرين، مع إمكانية التصويت على الخبر الذي يعجبهم، ليرتفع ترتيبه ضمن باقي الاخبار، وكل شخص بإمكانه أن يصوت على إخبار غيره المتاحة للمشاركة مع الآخرين، كما ان الموقع به إمكانية الدخول من خلال حساب الفايسبوك الخاص بالمشترك، إضافة إلى أن الأخبار مقسمة ضمن فئات، مما يتيح للمستخدم امكانية الوصول للأخبار التي يريد بأسهل طريقة ممكنة.

وقد ظهرت عدة مواقع عربية توفر خدمة المفضلات الاجتماعية، سأذكر منها ما يلي:

1. **موقع ضربت:** مفضلة اجتماعية، تتيح مشاركة الأخبار والتصويت عليها، فهو ليس المصدر الاصلي للخبر.
2. **موقع القلق:** حيث يقوم المشتركون باختيار روابط الاخبار التي تعجبهم، ومشاركتها مع أصدقائهم، ومن خلال التصويت تنتقل الأخبار التي تحصل على اكبر الأصوات الى الصفحة الرئيسية.
3. **حفار المدونات:** موقع مهم جداً يعتمد على فكرة التصويت والاختيار لكنه خاص فقط للمدونات العربية، فكرة الموقع جيلة، حيث يتيح للمستخدم الوصول الى آخر اخبار المدونات العربية، كما يمكن له اضافة مدونته، أو الاشتراك في الخلاصات، أو التسجيل في الموقع، وبذلك يحصل المستخدم على صفحته الخاصة التي تحتوي على المواضيع التي صوت لها، كما يقدم الموقع قائمة بانشط عشرة اعضاء، وافضل عشر مدونات في صفحة احصائيات.

والموقع يوفر للمستخدمين منتدى الإقتراحات، على طريقة تويتر نوعاً ما، حيث يمكن للمستخدم وضع اقتراحاته، ثم يصوت عليها باقي الاعضاء، كذلك يوفر الموقع مدونة تطوير حفار المدونات، فيها اخر التعديلات التي تمت على الموقع.

ثالثاً: مواقع استضافة المدونات (المجانية)

1) الوورد برس:

موقع يقدم خدمة استضافة مدونات احترافية، كما يتيح انشاء مدونات عربية، وبه العديد من الإضافات، التي تسمح بالحصول على مدونة احترافية، لكن أغلب اضافات (الوورد برس) الجيدة غير مجانية.

2) بلوجر:

تحتوي على خدمة استضافة مدونات مجانية بالعربية، وعدد المدونات في بلوغر اكثر منها في الوورد برس، وربما يعود هذا الى البساطة التي تتميز بها بلوغر، إضافة إلى أنها تحتوي بعض الإضافات المجانية الجيدة.

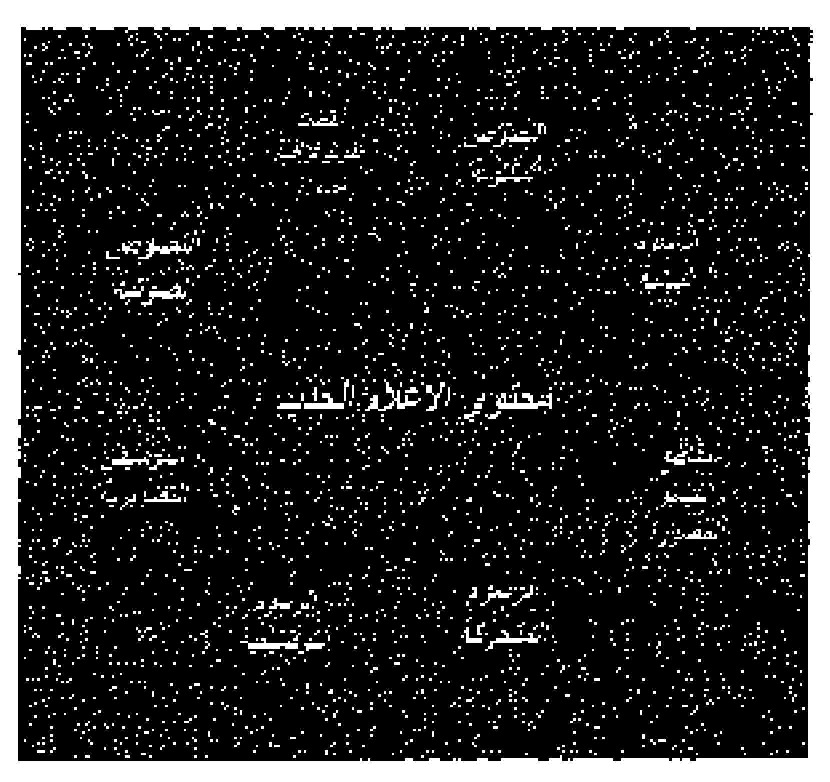
3) تمبلر:

هناك من يعده شبكة اجتماعية، تقدم خدمة تدوين مصغر، على غرار تويتر، وهناك من يعده منصة تدوين مصغر، ونحن نميل إلى الراي الثاني، فتمبلر عبارة عن منصة تدوين، تسمح لمستخدميه بالتدوين على شكل نص او صورة أو ملفات فيديو أو روابط أو أقوال أو حتى ملفات صوتية، وما يجعله يميل الى كونه شبكة اجتماعية اكثر منه منصة تدوين ان المستخدمين في تمبلر يمكنهم متابعة بعضهم البعض فتظهر تحديثاتهم على حسابات من يتابعونهم، كما يستطيعون تفضيل أو إعادة إرسال التحديثات في الموقع كما هو الحال مع تويتر.

وهناك مواقع عربية تقدم خدمات استضافة المدونات لكنها ليست ذات شهرة واحترافية كالبلوغر والوورد برس منها، مدونات مكتوب، مدونات جيران، مدونات اكتب، كوم، ومدونات البوابة.

إضافة إلى شبكة تدوين، الحياة في مدونات، وهي في رأينا خدمة تدوين جيدة مقارنة بنظيراتها، تابعة لمشروعات عربية، وهو مجتمع يهدف الى تطوير إنترنت للعرب.

وبشكل عام فإن أدوات الإعلام الجديد تتيح للجميع إنتاج المحتوى والتواصل مع مصادر المعلومة والخبر حول العالم كما أن نشر هذا المحتوى والترويج له أصبح أيضاً متاحاً للجميع: إن ملايين مقاطع الفيديو التي يتم تحميلها على موقع مثل يوتيوب وكذلك ملايين المدونات التي يتم نشرها وتحديثها بمواد ينتجها مواطنون حول العالم بالإضافة إلى الإذاعات الموجودة على الإنترنت وروابط البث المباشر وتليفزيون الواقع كلها نماذج لما ينتجه المواطن الصحفي بفضل الأدوات التي يمتلكها كهاتفه المحمول المزود بكاميرا وجهاز كمبيوتر شخصي ومصدر للاتصال بالإنترنت، الأمر الذي يدفعنا للقول بأن أدوات الإعلام الجديد قد أحدثت تغييراً غير مسبوق في طبيعة من ينتجون المحتوى على الإنترنت أو على الوسائط الأخرى: إن المنتجين الجدد للمحتوى الإعلامي أصبحت لديهم قدرات كبيرة على التأثير وتوجيه الرأي العام وهي القدرات التي كانت تحتكرها المؤسسات الإعلامية ودور النشر التقليدية ومع ذلك فلقد بدأت هي الأخرى في استخدام التقنيات الحديثة وتسابق على ذلك من أجل الوصول إلى أعلى مستوى ممكن من الجودة والقدرة على التواصل مع الجماهير ومستخدمي الإنترنت.



شكل (18)

ثورة اليوتيوب

رابعاً: مشاركة الفيديوهات والصور:

وهي مواقع إعلام جديد، تتيح للمستخدم مشاركة فيديوهاته، وصوره مع أصدقائه على الموقع، ومن أشهرها:

اليوتيوب:

YouTube

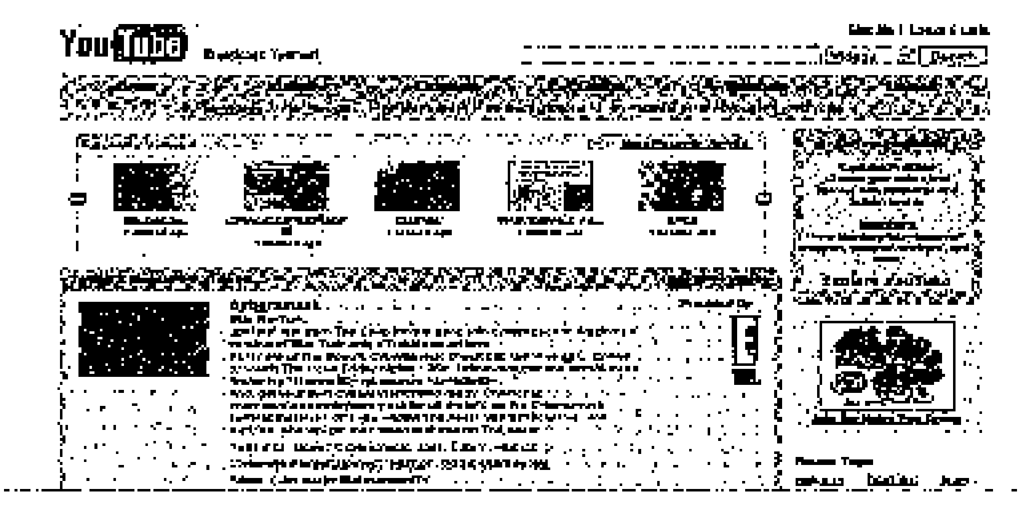
شكل (19)

تاريخياً، تأسس موقع يوتيوب بواسطة ثلاثة موظفين في شركة paypal وهم chad hurley و steve chen و jawed karim، حيث فكر كلاً من hurley وchen في بداية عام 2005 في إنشاء موقع لمشاركة الفيديوهات حيث كانوا في حفلة عشاء في منزل chen في سان فرانسيسكو وقاموا بإلتقاط بعض الفيديوهات لكنهم واجهوا مشكلة في نشر تلك الفيديوهات ومن هنا جاءت فكرة الموقع، وقد تلقى المشروع في بدايته تمويلاً قدره 11.5 مليون دولار كاستثمار، وكان أول مقر للموقع في مكتب مؤقت في أحد الجراجات.

وفي مايو 2005 تم إطلاق النسخة التجريبية من الموقع وبعد 6 شهور؛ وفي نوفمبر 2005 تم إطلاق النسخة الرسمية، وفي أكتوبر 2006 كانت أهم اللحظات في تاريخ الموقع حيث قامت شركة جوجل بالإستحواذ على موقع يوتيوب بصفقة ضخمة بلغت قيمتها 1.65 مليار دولار، ويقدم الموقع خدماته حالياً كأحد الخدمات الفرعية لشركة جوجل، ويقع مقر الشركة الحالي في مدينة سان برونو بولاية كاليفورنيا.

وأول فيديو تم رفعه على اليوتيوب كان من نصيب Jawed Karim وهو في حديقة الحيوانات خلال صيف 2006.

كان موقع يوتيوب واحد من أسرع المواقع تطوراً على شبكة الإنترنت، خلال سنة واحدة تقريباً كان ترتيبه العالمي في اليكسا الخامس! وفي هذه الفترة (صيف 2006) كان الموقع يحصل على 100 مليون مشاهدة يومياً! وكان يضاف إليه 65 الف مقطع فيديو كل 24 ساعة، وعدد زواره كان 20 مليون زائر في الشهر، وحوالي 700 الف زائر يومياً.[19]



شكل (20)

لقد أدركت الشركات والناس والسياسيين أهمية هذا الموقع، فوقعت قناة CBS اتفاقية مع يوتيوب لبث مقاطع من برامجها تشمل مقاطع أخبارية ولقطات من برامج ترفيهية، كما وقعت غوغل بعد تملكها لـ يوتيوب اتفاقية مع سوني MBG، ووزنر ميوزك، لتوفير مقاطع فيديو على يوتيوب، مقابل حصة من الاعلانات التي تحصل عليها غوغل من خلال هذه التسجيلات، كما أن هذه التسجيلات ستكون متاحة للتحميل مقابل رسم رمزي بعد فترة مجانية قدرت بشهر في حينها، وكذلك وقعت فرق موسيقية اتفاقات مع غوغل لحماية نتاجها.

وفكرة اليوتيوب لاقت نجاحاً لدى المستخدمين، فكانت بمثابة قنوات خاصة، يبث فيها كل فرد ما يحلو له، لكن بعض المستخدمين العرب استهجنوا بعض الفيديوهات غير الأخلاقية المنتشرة على اليوتيوب، فاقترحوا إنشاء يوتيوب خاص بهم، هو اليوتيوب التقي، والموقع لا يختلف عن اليوتيوب كثيراً، غير أن الاختلاف الوحيد، ان سياسة الموقع ترفض الفيديوهات المخالفة لخصوصيات المجتمع وتعاليم الإسلام، تحت شعار : (شاهد-اطمئن-انشر)

وعندئذ شاهد ما ترغب به وأنت مطمئن فلن تجد غير ما هو مباح، وانشر الموقع بين اصحابك ليستخدموه.

الفكرة لاقت بعض الانتقاد على أساس أنك مخير فيما تشاهد وليس اليوتيوب هو الذي يجبرك على المشاهدة، لكنها فكرة جيدة على كل حال، على الأقل بالنسبة للأطفال والمراهقين، لأن الرقابة من طرف الأولياء وحدها لا تكفي.

كما إن جوجل أيضا لديها موقع مشاركة فيديو هو: جوجل فيديو، وهناك مواقع مشاركة الصور، وهي تسمح للمستخدم برفع صور المستخدم الى الموقع، مشاركته مع الأخرين، واشهرهذه المواقع على الإطلاق (فليكر) الذي يقدم خدمة مشاركة الصور عن طريق التسجيل في الموقع، ولا يمكن التسجيل الا بواسطة بريد ياهو، ولا يمكن للمستخدم التسجيل بواسطة حساب بريدي أخر، ولايمكنه ذلك وينبه الموقع إلى ضرورة التسجيل بواسطة بريد الياهو.[20]

وبعد أن أصبح يوتيوب يحظى بهذه الشهرة العالمية جذب العديد من السياسيين ليروجو لأنفسهم عبر لقطات مسجلة لهم، هذا ما فعله توني بلير رئيس الوزراء البريطاني عندما هنأ الرئيس الفرنسي ساركوزي لفوزه بانتخابات الرئاسة، وتستخدمه هيلاري كلينتون السناتور الامريكي منذ تموز 2006 ولها عضوية فيه تحتوي على 79 مقطع فيديو منها مسجل خصيصا ليبث عبر يوتيوب، و(موقعها) الفرعي في يوتيوب يحمل اسم هيلاري للرئاسة، بينما في لقطة مسجلة من قناة CNBC موجودة على يوتيوب قال الرئيس الأمريكي جورج بوش إنه يستخدم غوغل ماب احيانا، وقد قررت الإدارة الأمريكية استخدام يوتيوب لبث أفلام فيديو لمكافحة المخدرات.[21]

وتشير بعض الإحصائيات المختصرة حجم الموقع وضخامة المحتوى الموجود فيه ومستوى الإقبال عليه، للعام 2012:

= 48 ساعة فيديو يتم رفعها إلى موقع اليوتيوب كل دقيقة، وهذا يعني أننا لو أردنا مشاهد جميع المقاطع التي رفعت خلال يوم واحد فسنحتاج 8 سنوات من المشاهدة المتواصلة.

= زوار الموقع يشاهدون أكثر من 3 مليار مقطع فيديو كل يوم

= 70٪ من زوار موقع اليوتيوب هم من خارج الولايات المتحدة الأمريكية

= موقع اليوتيوب متوفر في 43 لغة.

= 10٪ من مقاطع الفيديو في اليوتيوب هي مقاطع دقتها عالية (HD)

= مدة مقاطع الفيديو في اليوتيوب التي يتم مشاهدتها من داخل موقع الفيسبوك في اليوم الواحد تساوي 150 سنة

= كل دقيقة هنالك 500 تغريده في تويتر تحتوي على مقطع فيديو من اليوتيوب

= 100 مليون شخص كل أسبوع يتفاعلون مع مقاطع الفيديو بواسطة التعليقات أو مشاركة المقطع أو الإعجاب بالفيديو.... الخ.[22]

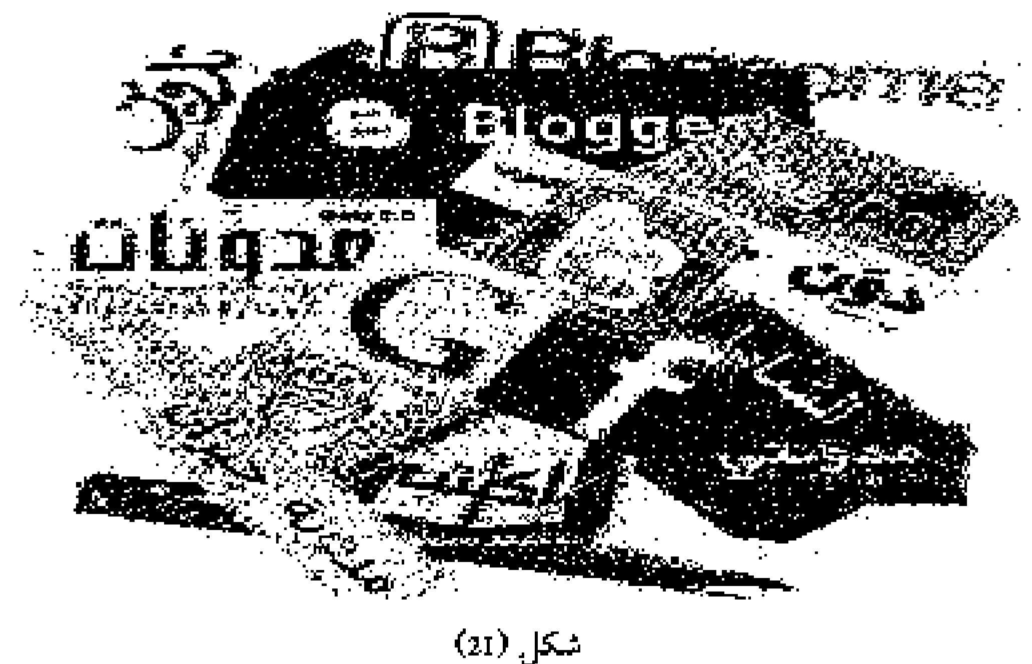
المدونات والإعلام التدويني

ظهرت المدونات في 1997 حيث صاغ جون بارغر مصطلح Web Blog، وبدأت في الظهور الفعلي على الإنترنت في 1999، وقد ساعدت العديد من الأحداث السياسية على انتشار المدونات بشكل كبير، ولعل أبرز الأحداث التي أدت إلى انتشار هائل للمدونات هي احتلال العراق في 2003، حيث استخدم الجنود الأمريكيين المدونات كوسيلة للتعبير عن مأساتهم في الحرب وكوسيلة لمراسلة ذويهم، وفي مصر والدول العربية استخدم الناشطون السياسيون المدونات كوسيلة للتعبير عن آرائهم ومواقفهم السياسي المعارضة للأنظمة الحاكمة، هذا في ظل حالات القمع والحد من حرية التعبير التي تمارسها الأنظمة العربية الحاكمة.[23]

ويشهد العالم ظهور مدونة جديدة كل 1.4 ثانية بمعنى 84 مدونة في الدقيقة يومياً و121 ألف مدونة متنوعة في مختلف المجالات، كما أن هناك رؤساء ودول وشخصيات مشهورة لها مدونات بالتساوي مع الأشخاص العاديين دون أدنى تمييز الأمر الذي يعد

تجسيداً حقيقياً لديمقراطية الاتصال على الأقل في مكون حق الوصول، حيث أصبح بإمكان كل فرد استخدام وصنع المدونات الشخصية دون سلطة الرقيب، وساهم في ذلك وجود قوالب جاهزة تقدمها بعض المواقع بلا تكلفة إضافة، وعدم إمكانية فتحها بأسماء مستعارة الأمر الذي يسمح بإمكانية مقارنة الموضوعات ونشر الأفكار بجرأة وموضوعية بعيداً عن أي إكراه موضوعي أو نفسي، وبالتالي أصبح بإمكان كل فرد أن يصبح صحفياً ببساطة مما أدى إلى نشوء مفهوم جديد وهو الإعلام التدويني بل وظهر فرع جديد من علم الاجتماع يطلق عليه (علم اجتماع الإنترنت)، وقد ساعدت المدونات على القيام بهذا الدور بعد احتكار الدول لوسائل الإعلام التقليدية وعدم قدرة الأفراد العاديين على التعبير عن آرائهم عبر هذه الوسائل بعكس المدونات التي تسمح بإدماج مجموعة من الأفكار والمعلومات القريبة من نبض المجتمع والتي تعكس في الوقت نفسه مشاكله مما يسمح ببلورة نقاشات فكرية جادة وعميقة حول ثقافة الاختلاف والرأي والرأي الآخر.

والمدونة، في أبسط تعريفاتها، هي صفحة عنكبوتية تشتمل على تدوينات posts مختصرة ومرتبة زمنياً، وبصورة تفصيلية، فإن المدونة تطبيق من تطبيقات الإنترنت، يعمل من خلال نظام لإدارة المحتوى، وهو في أبسط صوره عبارة عن صفحة عنبكيوتية تظهر عليها تدوينات (مدخلات) مؤرخة ومرتبة ترتيبا زمنيا تصاعديا، تصاحبها آلية لأرشفة المدخلات القديمة، ويكون لكل مدخل منها عنوان إلكتروني URL دائم لا يتغير منذ لحظة نشره على الشبكة، بحيث يمكن للمستفيدالرجوع إلى تدوينة في وقت لاحق عندما لا تعد متاحة في الصفحة الأولى للمدونة. (24)



شكل (21)

وللمدونات عناصر رئيسية أبرزها:

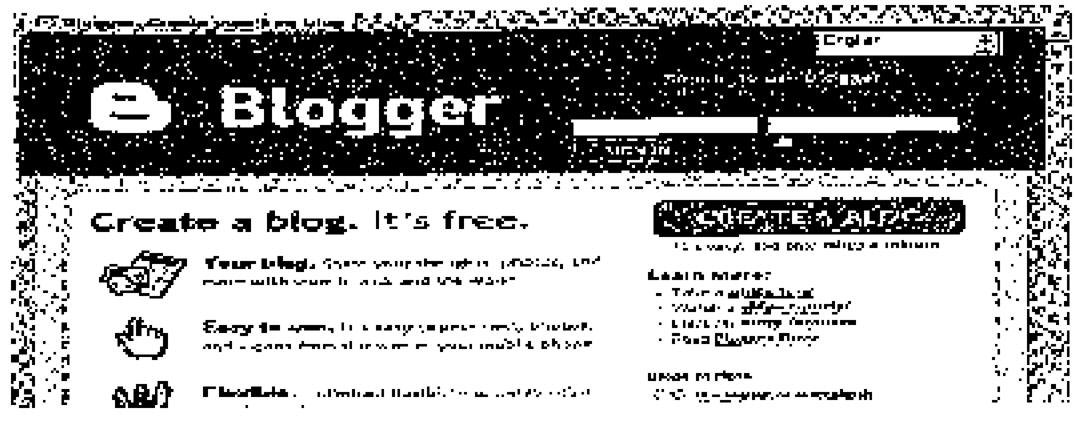
1. خادم مقدم للخدمة
2. محرر للمدونة (المدوّن)
3. عرض المحتويات بشكل زمني
4. أرشيف لمحتويات المدونة
5. إضافة تعليقات على محتوى المدونة

مزودوا خدمة المدونات

ومن أشهر مزودي خدمة إنشاء المدونات بلوجر **Blogger**، وهو من أشهر مزودي خدمة إنشاء المدونات، وهي مقدمة عن طريق العملاق جوجل **Google**، ومن أهم مميزاته:

- تصميمات جاهزة للمدونات يمكن الاختيار من بينها
- إمكانية تعديل التصميم المختار
- اسم نطاق فرعي للمدونة: **com.blogspot.name**
- لوحة تحكم عربية وإنجليزية

- دعم اللغة العربية
- نظام تسجيل باللغة العربية والإنجليزية



شكل (22)

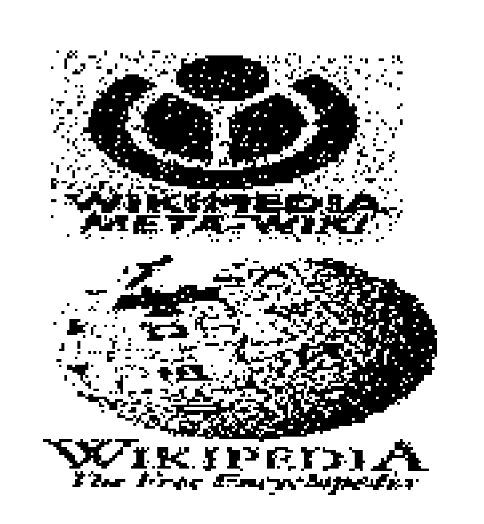
وهناك مدونات عربية، أبرزها (مكتوب Maktoob)، ويعد موقع مكتوب من أشهر مزودي الخدمة العرب، ومن أهم خصائصه: تصميمات جاهزة للمدونات يمكن الاختيار من بينها، وإمكانية تعديل التصميم المختار، مع اسم نطاق فرعي للمدونة: com،maktoob،name، ولوحة تحكم عربية، ودعم اللغة العربية، ونظام تسجيل باللغة العربية، ونشر إعلانات صغيرة.

وهناك مدونة جيران Jeeran، وهو أحد مزودي الخدمة العرب: إلا أنه الأقل من حيث الإمكانات المقدمة.



شكل (23)

ولعل موقع التأليف الحر Wiki، وهو موقع أو مصدر إلكتروني يشارك المجتمع في صياغة وتعديل محتوياته، حيث يسمح لأي مستخدم بإضافة معلومات جديدة أو تعديل المعلومات الموجودة فيه، وهو يقوم على مبدأ مشاركة المجتمع في إثراء المعرفة، مثل (الموسوعة الحرة الويكيبيديا)، وقد حققت تفوقاً كبيراً على موسوعة Encarta.





شكل (24)

وكان أول ظهور لتطبيقات التأليف الحر في عام 1995 حيث قام كل من وارد كونيجام Ward Cunnigham وبو ليوف Bo Leuf بإنشاء أول موقع ويكي وهو WikiWikiWeb والذي شكل مجتمعاً متعاوناً مفتوحاً للجميع حيث يمكن لأي شخص أن يشارك في تطوير وزيادة محتويات الموقع.[25]

وهناك أنواع مختلفة من المدونات، والاختلاف، ليس فقط في نوع المحتوى، ولكن أيضا في الطريقة التي يتم فيها تقديم وكتابة المحتوى، كالمدونات الشخصية التي هي بمثابة يوميات مستمرة أو هي تعليقات من قبل أفراد، وهذا النوع من المدونات هو الأكثر شيوعاً، وقليل من المدونات الشخصية تصل إلىdihfhh الشهرة، ولكن بعضها يحصل بسرعة على شهرة واسعة النطاق.

كما تبرز مدونات المؤسسات والشركات، وهذا النوع من المدونات تستخدم للقطاعات الخاصة أو للأغراض التجارية، وتستخدم إما داخلياً لتحسين الاتصال والثقافة في الشركة أو خارجياً للتسويق، أو العلامات التجارية أو لأغراض العلاقات العامة، وتسمى

بمدونات الشركات، المدونات المماثلة للنوادي والجمعيات، وتسمى بمدونات النوادي، مدونات الجمعيات، أو أسماء مشابهة؛ وهي تستخدم عادة في ابلاغ الأعضاء والأطراف المعنية الأخرى من أنشطة النادي والأعضاء بالمدونة، بعض المدونات تركز على موضوع معين، مثل المدونات السياسية، مدونات السفر، مدونات المنازل، مدونات الأزياء، مدونات المشاريع، مدونات التعليم، مدونات الموسيقى الكلاسيكية، مدونات الاستجواب، المدونات القانونية (وتسمى بـ بلاوقس) أو دريم لوق، وهناك نوعين شائعين من المدونات وهو مدونات الفن ومدونات الموسيقى، ومدونات الفيديو وتسمى بـvlog، ومدونات الروابط وتسمى بـlinklog،ومدونات الرسومات وتسمى بـsketchblog، ومدونات الصور وتسمى بـphotoblog، والمدونات ذات الوظائف القصيرة وفيها أنواع مختلطة من الوسائط تسمى tumblelog s، والمدونات التي تكتب على الآلات الكاتبة، ثم يتم مسحها ضوئيا تسمى بمدونات typecast، وهناك نوع نادر من المدونات التي استضافتها بروتوكول غوفر وتسمى Phlog.

وهناك نوع من المدونات بحسب الجهاز الذي يستخدم لتشكلها، وهي المدونات التي يتم كتابتها بواسطة جهاز محمول مثل الهاتف المحمول أو المساعد الشخصي الرقمي تسمى moblog.[26]

هوامش الفصل الثامن

1. عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد: دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة، مجلة الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانمارك، ع2، الدانمارك 2007.
2. شريف درويش اللبان، الصحافة الإلكترونية – دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ط 2، 2007، ص 65-67.
3. محمد تيمور عبد الحسيب، ومحمود علم الدين، الكمبيوترات وتكنولوجيا الاتصال، دار الشروق، القاهرة، ص 195- 207.
4. محمود علم الدين، تكنولوجيا الاتصال في الوطن العربي، مجلة عالم الفكر،(عدد خاص عن الإعلام المعاصر)، مج 23، الكويت، 1994، ص 151- 118.
5. الصادق الحمامي، المجال الإعلامي العربي- إرهاصات نموذج تواصلي جديد، مجلة المستقبل العربي، العدد (335) كانون الثاني، بيروت 2007، ص19.
6. عيسى العساقين، المعلومات وصناعة النشر، دار الفكر، دمشق 2001، ص188-193.
7. فتحي أبو حطب، الإعلام الجديد: محاولة للتعريف وفهم التأثير، أنظر موقع:

http://www.democracy-forum.org/index.php?newsid=50

8. Source: http://royal.pingdom.com/2012/01/17/internet-2011-in-numbers/
9. Source:http://edition،cnn،com/2012/01/19/tech/social-media/google-plus- users/index،htmland
10. http://venturebeat.com/2012/01/20/google-skews-google-plus-statistics /
11. Some may be bots. Source: http://phill.co/social-media/social-media-statistics-dec-2011-video-infographic
12. الامير حسن بن طلال، أدهشتني قدرة الإعلام الجديد على نشر ما لم أقله، أنظر موقع النار نيوز بتاريخ 3/ 5/ 2012.

13. طالب اسماعيل شاهين، الإعلام التقليدي والإعلام الجديد نحو الاستثمار المشترك، ورقة مقدمة الى ملتقى الفجيرة الإعلامي الثالث بعنوان (الإعلام الجديد والعالم المتغير) من الفترة 17-18/ 5/ 2012، ص1-2.

14. صحيفة (الغارديان) البريطانية بتاريخ 16/ 5/ 2012

15. موسى برهومة، دور الإعلام الجديد في تحديث المجتمعات، ورقة مقدمة الى ملتقى الفجيرة الإعلامي الثالث بعنوان (الإعلام الجديد والعالم المتغير) من الفترة 17-18/ 5/ 2012، ص4-5.

16. رندة حبيب، دور الإعلام الجديد في الثورات العربية، ورقة مقدمة الى ملتقى الفجيرة الإعلامي الثالث بعنوان (الإعلام الجديد والعالم المتغير) من الفترة 17-18/ 5/ 2012، ص6.

17. www.webopedia.com. بتاريخ 12/ 8/ 2011م

18. Kirkpatrick, David. The Facebook Effect: the inside Story of the Company That Is Connecting the World. New York: Siman 8 Sehuster, 2010

19. انظر للتفاصيل عن انواع الشبكات الاجتماعية:

http://fatehforums.com/showthread.php?t=157824-

http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AE%D8%AF%D9%85%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%A8%D9%83%D8%A9_%D8%A7%D

http://nasaym.com/vb/showthread.php?t=976-

http://www.i3rab.com/blog/archives/9985-

20. http://tadwen.net/media/?p=9

21. http://girl.arbya.net/forum/t64-%D9%86%D8%B4%D8%A7%D8%AA-%D9%88%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%AE%D8%AF%D9%85%

22. http://thawratalweb.com/youtube/130

23. ستيفان ميتكالف، تحديد هول، نيويورك تايمز، مارس 2006

24. Blogging goes mobile" .BBC News-02-2003 بتاريخ

25. http://www.journal.cybrarians.info/index.php?option=com_content & view=article & id=38220 & catid=164:2009-05-20-10-02-29 & Item

26. انظر للتفاصيل:

- ستيفان ميتكالف، لتحديد هول، نيويورك تايمز، مارس 2006
- http://www.time.com/time/magazine/article/0
- http://www.post-gazette.com/pg/07304/829747-51.stm-
- http://www.independent.co.uk/news/science/the-drooling-minutiae-of-childhood-revealed-for-all-to-see-as-mommy-blogs-come-of-html-
- What is a photoblog. Photoblogs.org Wiki2006 -6 -25 بتاريخ.
- " Blogging goes mobile" .BBC News بتاريخ 2003-02-2،

الفصل التاسع

الإعلام الجديد: النظريات والتأثير

مقدمة عامة:

شهدت الساحة الإعلامية الدولية نقلة هائلة ومتسارعة للغاية في تطور وسائلها وأساليبها وتقنياتها المعلوماتية الحديثة، والحقيقة إن ذلك ليس غريباً أو مستغرباً، فنحن باختصار شديد، نعايش اليوم عالما لم يعد يؤمن بحدود النسبية في كل شيء، أو حتى فكرة نهاية البشرية على مفترق طريق الذرة والنيترون وألياف السيلكون، حيث تخطىء ذلك التقدم المتوقع حدود الأحلام والأماني البشرية الصغيرة، في عصر الحواسيب العملاقة والعولمة العابرة للقارات، لتتسبب تلك الثورة التكنولوجية الرقمية والصناعية في حدوث أخطر تحول فكري في تاريخ البشرية، انه انفجار النسيج البشري، أو وصول التقدم الإنساني إلى حدود (النقطة الأحادية)، تلك النقطة التي لم يكن بالإمكان مناقشتها وتحليلها قبل قرن سوى في أفلام الخيال العلمي.

ولا أحد ينكر أهمية النظريات الاتصالية التي شكلت علم الاتصال، والتي جربت في المجتمعات التي تبنتها وحاولت تطبيقها نظراً لأهميتها، وعدم قدرتنا التعامل مع وسائل الاتصال الجماهيرية بدون فهمها والنماذج التي تنظم عمل هذه الوسائل وتحدد طرق التعامل معها وكيفية الاستفادة السليمة منها وتوظيفها في تطوير وتنوير مجتمعاتنا العربية.

وقد ساهم الطابع الاحتكاري لوظيفة المرسل في الإعلام التقليدي، في تأكيد هذه الأحادية، وأصبح مفهوم الاتصال الذي يعتمد على التفاعلية بين عناصر العملية الاتصالية مفهوماً مرتبكاً ومشوهاً، كما افرز نقصاً مفهومياً في العملية الاتصالية؛ ومدى فائدتها للمجتمع والفرد.

وقد نظّر علماء الاتصال في أهمية مشاركة المواطن أو المؤسسات التي تمثله (مؤسسات المجتمع المدني) في الرأي، وعن فشل النظرية السلطوية المحتكرة لوسائل التعبير في المجتمع، والمطالبة بإشراك الإعلام كسلطة رابعة غير مُحتكَرة، وكون ذلك خير ضامن للمجتمع؛ بل حتى للمؤسسة الحاكمة (بسلطاتها الثلاث) من التقوقع على الذات والخطأ

والانعزال، ومنذ ذلك الوقت بدأ الحديث عن نظرية مثل نظرية المشاركة الديمقراطية؛ التي تتحدث أهم فروضها عن (أنّ للمواطن الفرد والجماعات والأقليات حق الوصول إلى وسائل الإعلام واستخدامها، ولهم الحق كذلك في أنْ تخدمهم وسائل الإعلام طبقا للاحتياجات التي يحددونها، وأنّ الإعلام أهم من أن يترك للمهنيين.[1]

وخلال مدة العشرينات من القرن الماضي وأوائل الثلاثينات تطور الاهتمام بوسائل الاعلام بوصفها موضوعات للبحث حيث بدأت الدراسات العلمية المنظمة كتأثر محتوى الاتصال على أنواع معينة من الناس، حيث أخذت الافكار والمعلومات والبيانات عن الاتصال الجماهيري تختبر بدقة لمعرفة صحة هذه الاكتشافات والمعلومات تجريبياً ومن ثم بدأ الاتصال الجماهيري يكتسب عديد متزايداً من البيانات التي أمكن فيها استنباط عديد من المفاهيم والافتراضات.

مداخل لنظريات الإعلام التقليدي

ومن أهم أنواع نظريات الاتصال:-

أولاً: نظرية المجتمع الجماهيري

تعد نظرية المجتمع الجماهيري من أول نظريات الاتصال، ظهرت في بداية القرن العشرين حيث تغيرت صورة المجتمع الذي كان سائداً في القرن التاسع عشر(مجتمع تقليدي يرتبط فيه الناس ارتباطاً وثيقاً الى مجتمع يتميز بتعقيد أكبر حيث يتسم أفراده بالعزلة النفية عن الآخرين ويود انعدام المشاعر الشخصية عن التفاعل مع الآخرين حيث يتحررون فيه من الالتزامات الاجتماعية)[2]، وبعد الحرب العالمية الثانية بدأت تظهر الرغبة في إنشاء علم للاتصال مستقلاً عن باقي العلوم الانسانية الأخرى (علم الاجتماع، علم النفس،...) حيث انقسم الباحثين المهتمين بعلم الاتصال إلى مدرستين فكريتين كبيرتين للاتصال هما المدرسة الإمبريقية والمدرسة النقدية.

ثانياً: النظرية الإمبريقية:-

وهي (المدرسة الامبريقية بقيادة ج. لازر سفيلد وهي تتميز بالمنهج الكمي والوظيفي والوصفي، وتهتم بالجانب الإداري لعملية الاتصال وتركز على وظائف الاتصال وعلى مساعدة رجال الاعمال على فرض نفوذهم وخدمة الثقافات المهيمنة وإهمالها للمحيط التاريخي والثقافي).[3]

ثالثاً: النظرية النقدية:-

وهي بقيادة مدرسة فرانكفورت الالمانية من أمثال هور كايمر وأدرنو وماركيوز وفروم وهذه المدرسة (تعطي الأولوية في تحليلهم للمحيط الثقافي والاجتماعي الذي تتم فيه عملية الاتصال وقد تأثرت بالفكر الماركسي وهم يعتمدون على البحث النظري المجرد الخالي من المعطيات الموضوعية وقد تفرعت هذه المدرسة الى اتجاهات مختلفة منها أصحاب اتجاه الاقتصاد السياسي والاتجاه الشمولي والاتجاه الثقافي النقدي والاتجاه الإمبرياني الثقافي).[4]

وقد قسم الباحثون وعلماء الاتصال النظريات الابريقية إلى خمسة أنواع هي:

1. **نظرية التأثير المباشر**: (وتسمي نظرية الحقنة تحت الجلد أو نظرية الرصاصة السحرية):

(سادت هذه النظرية خلال العقود الأولى من القرن العشرين ترى أن لوسائل الاتصال الجماهيري نفوذاً وقدرة على إحداث التأثير بصورة مباشرة على أساس أن الرسالة تشكل عنصراً قوياً في ذلك التأثير كم أن أفراد الجمهور سلبيون في تعرضهم للوسائل وفي تعاملهم مع المضمون ولهم الاستعداد لتقبل الافكار والمعاني بمجرد وصولها اليهم).[5]

2. **نظرية الاستخدامات والاشباعات:**

وتسمى نظرية الاستعمالات والرضا وتهتم (هذه النظرية بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة وهي ترى ان الجماهير فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون مفضل من وسائل الإعلام وهي جاءت كرد فعل لمفهوم قوة الإعلام الطاغية).[6]

3. نظرية انتشار الابتكارات:-

وهي تفترض أن (تدفق الاتصال يتم على مراحل وهو يسمح بالمزيد من الاحتمالات المعقدة لتدفق الاتصال إذا انه يرى أن تدفق المعلومات ينساب عبر أفراد عديدين وأن قنوات الاتصال تكون اكثر فعالية في زيادة المعرفة حول المبتكرات).[7]

4. نظرية الانماء الثقافي:-

تسمى بالغرس الثقافي وقد ظهرت هذه النظرية في أمريكا خلال عقد السبعينات كمنظور جديد لدراسة أثر وسائل الإعلام، وتأكد هذه النظرية (ان مداومة التعرض للتلفاز ولفترات طويلة ومنتظمة تنمي لدى المشاهد اعتقاداً بأن العالم الذي يراه على شاشة التلفاز ان هو إلا صورة من العالم الواقعي الذي يحياه، وهذه النظرية مرتبطة بالجهود التي طورها الباحث الأمريكي جورج جربنر).[8]

5. نظرية التبعية (الاعتماد على وسائل الإعلام):

محور هذه النظرية أن (الجمهور يعتمد على معلومات وسائل الإعلام ليحقق حاجاته ويحصل على أهداف معينة، والنقطة الهامة في هذه النظرية بأن وسائل الإعلام ستؤثر في الناس إلى درجة التي فيها يعتمدون على معلومات تلك الوسائل، وتركز هذه النظرية على العلاقات بين النظم – المعلومات الصغرى والمتوسطة والكبيرة ومكوناتها).[9]

رابعاً: نظرية الحتمية التكنولوجية:-

ترجع هذه النظرية إلى جهود العالمان مارشال ماكلوهان وهارورد انيس حيث ركزا في تحليل عملية الاتصال على التكنولوجية المستعملة في وسيلة الاتصال التي تفرض هيمنتها في كل مرحلة تاريخية، حيث عدّ ماكلوهان (الوسيلة هي الرسالة) و(أن مضمون أي وسيلة هو دائماً وسيلة أخرى، حيث يرى أن مضمون الاتصال غير ذي علاقة بالتأثير، فالذي يجعل هناك فرقاً في حياة الناس إنما هي الوسائل السائدة في عصراً ما وليس مضمونها).[10]

خامساً: نظرية ترتيب الأولويات: (وضع الأجندة)

ترجع أصول هذه النظرية (لبحوث ترتيب الأولويات إلى والترليبمان من خلال كتابه بعنوان الري العام حيث يرى ليبمان إن وسائل الإعلام تساعد في بناء الصورة الذهنية لدى الجماهير. وفي كثير من الأحيان تقدم هذه الوسائل (بيئات زائفة) في عقول الجماهير وتعمل وسائل الإعلام على تكوين الري العام من خلال قضايا التي تهم المجتمع، وقد تم تجاهل هذه النظرية تماماً في الاربعينات والخمسينيات من القرن العشرين).[11]

سادساً: نظرية دوامة الصمت:-

طورت هذه النظرية الباحثة الالمانية اليزابيث نويل -نيومان عام 1974، تعتمد هذه النظرية على افتراض رئيسي فحواه (ان وسائل الاعلام حين تتبنى آراء أو اتجاهات معينة خلال فترة من الزمن فأن معظم الافراد سوف يتحركون في الاتجاه الذي تدعمه وسائل الاعلام، وبالتالي يتكون الرأي العام بما يتسق مع الافكار التي تدعمها وسائل الاعلام). [12]

سابعاً: نظرية مولس الثقافية:-

وهي تعود الى افكار أ. مولس التي تعد طرحاً متميزاً حول العلاقة بين وسائل الاتصال والمجتمع، ويرى(صاحبها بأن وسائل الاتصال تحول الثقافة عن طريق ما يسميه (بالثقافيات) أو الفسيفساء الثقافية، حيث تنتقل الثقافيات من المبدعين_العلماء، الادباء، الفنانين، الذين يخترعون الافكار الجديدة المعبر عنها بالثقافيات تنتقل لاحقاً لمختلف الجماعات وتشمل قائمة لا متناهية تبدأ بوصفة طبخ وتنتهي باعقد الاكتشافات العلمية ويمثل كل ذلك قاعدة جماهيرية حيث تلعب وسائل الاتصال دوراً كبيراً في الثقافة الحديثة). [13]

ثامناً: نظرية فجوة المعرفة:-

تقوم هذه النظرية على فكرة (التباين الموجود بين الأفراد والجماعات في المعرفة وأثر التعرض لوسائل الاتصال الجماهيرية في زيادة أو خلق هذا التباين، وعرفت هذه

النظرية من خلال الفروض التي وضعها تيتسينيور وزملاؤه ويرون فيه ان ازدياد انسياب المعلومات في النظام الاجتماعي والاقتصادي الأعلى تميل الى اكتساب المعلومات أكثر وبين الفئات ذات المستوى الأقل).[14]

ويمكن تحديد ثلاث مراحل لبناء النظرية الإعلامية أثناء ظهور الاتصال الجماهيري(التقليدي) في القرن العشرين وهي:

1. مرحلة العشرينات والثلاثينات، وهي مرحلة تصور المجتمع بأخذه مجرد جماهير معزولة عن بعضها البعض وتحت رحمة المصدر الاتصالي والقادر على التأثير في اتجاهاتهم ومعتقداتهم بمنتهى السهولة، كما في نظرية الرصاصة أو الحقنة، والمثير والاستجابة، ويصف ملفن دوفلر Defleur هذه المرحلة بما يسميه (بالمنظور الميكانيكي للمصدر والمتلقي).[15]
2. مرحلة الدراسات السلوكية والاجتماعية بالاستناد إلى التجريب الموضوعي في علم النفس حيث الاهتمام بالحوافز الفردية وفروق التعلم بين الأفراد إدراكياً، وبرز ما يمكن تسميته (منظورالاتصال بالجماهير الخاص بالفروق الفردية)، فظهرت مفاهيم مثل الإدراك الانتقائي والتذكر الانتقائي والتعرض الانتقائي، كما برزت في هذه الفترة نظريات جذبت الانتباه إلى آثار الوسيلة الجماهيرية من النواحي المختلفة مثل نشر المبتكرات Diffusion of Innovations، والاشباعات والاستخدامات Uses and Gratification وقادة الرأي العام Opinion Leaders، فالمنظور الخاص بنشر المبتكرات جذب الانتباه إلى أسلوب تأثير الوسيلة على الجمهور باقتناء المبتكرات والمخترعات الجديدة في المجتمع.
3. مرحلة الدراسات التي تختص بأنظمة القيم Value System الكونية التي يكرسها الاستهلاك المكثف للوسيلة، كما ظهرت نظرية ثغرة المعرفة وهي كما وضحها تيكتور وغيره[16] في كتابه (وسائل الإعلام وثغرة المعرفة) إلى أنه بزيادة تدفق المعلومات في نظام اجتماعي ما، فأن الأكثر علماً، وذوي المراكز الاجتماعية والاقتصادية العليا، سيكون الأقدر على استيعاب المعلومات من الأقل علماً من ذوي المراكز المتواضعة، وهكذا فأن تزايد المعلومات ينتج عنه توسيع ثغرة المعرفة بدلاً من تناقصها.[17]

4. المرحلة التفاعلية، وهي محاولة إعادة النظر في الشكل الاجتماعي وإشراك الآخر المهمّش ودعْمه، وساعده تطور وسائل الاتصال التقنية في القرن الماضي، وظهور الأقمار الصناعية وتطور تقنيات الحاسب، فكان لها دوراً في بروز شكل جديد من أشكال الاتصال يمتاز بعدّة خصائص أهمها:

أ. التفاعلية التي جعلت من العملية الاتصالية عملية ذات اتجاهين.
ب. ديمقراطية الاتصال، والتي خلقت وسائل إعلام ذات تكلفة بسيطة بعد اندماج التكنولوجيا بوسائل الاتصال.

وكان هذا الشكل الجديد بمثابة (قلب الطاولة) على واحدة من أهم نظريات الإعلام والاتصال (حارس البوابة) والتي تغيرت مفهومياً وفرضياً بعد ظهور هذا الشكل الجديد، مما أتاح فرصة لظهور أشكال من المفاهيم والنظريات الإعلامية الجديدة، ومن خلال هذه المفاهيم انطلق الإعلام الجديد على شكل أفراد وجماعات؛ ليمارس العملية الاتصالية بعناصرها كافة؛ كمؤثر وفاعل وليس كمتلقي فقط.

كما أن الجديد في الإعلام الجديد ليس على صعيد الوسائل فقط كما قد يتصور البعض، وإنما على صعيد الانقلاب الذي أحدثه هذا الإعلام في نظرية الاتصال حيث تحول المستقبل وفقاً لهذا النظام إلى مرسل، ولم يعد هناك احتكار من الإعلامي للرسالة والوسيلة، وأصبح المستقبل الآن هو صاحب الرسالة الإعلامية، كما أن الرأي العام أصبح له وسائل للاعتراض أو التأييد ولم يعد بمقدور الإعلام العمل في اتجاه واحد للتأثير في الرأي العام كما كان في السابق.

وكان ابرز هذه النظريات هي نظرية المشاركة الديمقراطية؛ التي تتحدث أهم فروضها عن (أنّ للمواطن الفرد والجماعات والأقليات حق الوصول إلى وسائل الإعلام واستخدامها، ولهم الحق كذلك في أن تخدمهم وسائل الإعلام طبقا للاحتياجات التي يحددونها، وأنّ الإعلام أهم من أن يترك للمهنيين. [18]

وهناك نظرية ثراء وسائل الإعلامMedia Richness Theory: وتستخدم هذه النظرية لدراسة معايير الاختيار بين الوسائل الإعلامية التكنولوجية وفقاً لدرجة ثرائها المعلوماتي، وتوضح أن فعالية الاتصال يعتمد على القدر الذي تستخدم به الوسيلة، وتركز بشكل أكبر على الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة، وطبقاً لنظرية ثراء وسائل الإعلام فإن الوسائل الإعلامية التي توفر رجع صدى تكون أكثر ثراء، فكلما قل الغموض كلما كان الاتصال الفعال أكثر حدوثاً، فثراء المعلومات هو العملية التي تقوم فيها المعلومات بتخفيض درجة الغموض وإيجاد مساحة من المعاني المشتركة باستخدام وسيلة اتصالية معينة.

وتفترض هذه النظرية فرضين أساسين هما:

الفرض الأول: أن الوسائل الإعلامية والتكنولوجية تمتلك قدراً كبيراً من البيانات والمعلومات بالإضافة الى تنوع المضمون المقدم من خلالها وبالتالي تستطيع هذه الوسائل التغلب على الغموض والشك الذي ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض لها.

الفرض الثاني: هناك أربعة معايير أساسية لترتيب ثراء الوسيلة الإعلامية مرتبة من الأعلى إلى الأقل من حيث درجة الثراء الإعلامي وهي سرعة رد الفعل، قدرتها على نقل الإشارات المختلفة باستخدام تقنيات تكنولوجية حديثة مثل: الوسائط المتعددة، التركيز الشخصي على الوسيلة، واستخدام اللغة الطبيعية.

وقد وضع الفيلسوف الألماني هابرماس خصائص لهذا الفضاء العام public sphere)) ووصفه بأنّ المشاركة فيه مفتوحة للجميع، وتحدث عن تساوي مواقع وأدوار الأطراف المشاركة بغض النظر عن أوضاعهم الاجتماعية والاقتصادية، كما أكد على إن تكون أي قضية قابلة لأن تكون موضوع النقاش فيه.[19]

وهذا الشكل الاتصالي الجديد ساعد – بخصائصه التفاعلية وسهولة توفره– على ظهور مجال لا تتحكم بمحتواه السلطة التقليدية، مما خلق فضاء رأي مختلف عن الفضاء التقليدي، وهذا الفضاء استطاع تطوير خطاب نقدي (مدني) فعّال، فقد خلق هذا الفضاء التفاعلي بيئة جديدة من الآراء والتفاعل والمشاركة؛ على كافة المستويات.

وهذه مميزات لما نسميه اليوم بـ (ثورة الإعلام الجديد)، الذي غير دور الإعلام من راعي للسلطة وحارساً لها، الى كونه مراقباً لأدوارها ومشاركاً فاعلاً في تشريعاتها، وساهم الإعلام الجديد بطبيعته الأفقية في خلق آراء مختلفة، وقمع استبداد المؤسسة التقليدية بطبيعتها الهرمية؛ والتي عزلت الجمهور كونه مجرد متلقي لرسالتها في اتجاه واحد، وباختصار هذا الفضاء العام (المدني) سمح للأفكار المتناقضة لفكر السلطة بأن تظهر وتتنافس معها؛ وهذا ما عناه جون ميلتون بميكانيزمات (التصحيح الذاتي) والتي تعني أن الفكرة الصائبة هي التي تتفوق وتتجاوز الفكرة الخاطئة عندما تتاح الفرصة للفكرتين بالتداول والانتشار.[20]

مصادر نظريات الإعلام الجديد [21]

إن الشكل الاتصالي الجديد ساعد بخصائصه التفاعلية وسهولة توفره على ظهور عدد من المداخل لفهم الإعلام الجديد New Media وتطور وسائله في سياقات تاريخية وتكنولوجية مختلفة، فبعض ممن تصدوا للبحث في فكرة الاعلام الجديد مثل بافليك الذي يراه من خلال مدخلي الثورة الرقمية والانترنت وما يليهما من تطبيقات في الخمسين عاماً الماضية، وباحثين آخرين مثل ديفيس Davis واوين Owen الذين يريا انطلاقته من خلال مجموعة من الأشكال الإعلامية الجديدة التي غيرت تماما نموذج الاعلام التقليدي كبرامج الحوار التلفزيوني Talk Show والبرامج المتنوعة والحية لقناة ام تي في MTV الموسيقية، على سبيل المثال، وهي برامج غيرت شاشة التلفزيون بشكل انقلابي، وهما لا يغفلان دور التكنولوجيا الرقمية وظهور الانترنت في بلورة هذا النوع من الإعلام ولكنهما يختلفان مع بقية الباحثين حول تاريخ بدايات حقبة الإعلام الجديد.

ومن أبرز هذه المداخل:

1. مدخل نيغروبونتي لفهم الإعلام الجديد

يحصر نيغروبونتي Negroponte الميزات التي يتحلى بها الإعلام الجديد مقارنة بما سبقه في (استبداله الوحدات المادية بالرقمية)، أو البتات بدل الذرات Bits not Atoms كأدوات رئيسة في حمل المعلومات يتم توصيلها في شكل إلكتروني وليس في شكل فيزيائي،

والكلمات والصور والاصوات والبرامج والعديد من الخدمات يتم توزيعها بناء على الطريقة الجديدة، بدلا عن توزيعها عبر الورق أو داخل صناديق مغلقة.

أما ميزة قدرة الإعلام الجديد على المخاطبة الرقمية المزدوجة Digital Addressability فهي عبارة عن نموذج تطور من عملية نقل المعلومات رقميا من كومبيوتر إلى آخر منذ بداية رقمنة الكومبيوتر نفسه بعد الحرب العالمية الثانية، إلى تطور تشبيك عدد غير محدود من الأجهزة مع بعضها البعض، وهذا من ناحية، يلبي الاهتمامات الفرديةIndividual Interests ومن ناحية أخرى يلبي الاهتمامات العامة، أي أن الرقمية تحمل قدرة المخاطبة المزدوجة للاهتمامات والرغبات وهي حالة لا يمكن تلبيتها بالإعلام القديم.

والميزة الاكثر أهمية، هي أن هذا الإعلام خرج من أسر السلطة التي كانت تتمثل في قادة المجتمع والقبيلة، الكنيسة والدولة إلى أيدي الناس جميعا، وقد تحقق هذا جزئيا عند ظهور مطبعة غوتنبرغ وتحقق أيضاً عند ظهور التلغراف وأخذ سمته الكاملة بظهور الإنترنت التي جاءت بتطبيق غير مسبوق وحققت نموذج الاتصال الجمعي بين كل الناس.

2. مدخل ديفس واوين: التصنيفات الثلاثة للإعلام الجديد

الملاحظة الرئيسية من التصورات المذكورة بالنسبة لنيغروبونتي وكروسبي ومجموعة التعريفات تم تصنيفها للاعلام الجديد ضمن حالتين، جديد مقابل قديم، تماما كما يوحي التعبير نفسه، بين التماثلية والرقمية، بين مرحلة ما قبل الإنترنت ومرحلة الإنترنت وهكذا، وهو تصنيف يظل غير واقعي طالما انه لم يستصحب حالة التماهي بين الإعلام الجديد والقديم، والاشكال المتقاربة في التعبير في كليهما والتكنولوجيات المستخدمة فيهما وطالما ظلت مجموعة الوسائل الرئيسية التقليدية هي ذاتها كوسائل رئيسية في الفضاء الإعلامي، خاصة وان بعضها أصبح يحمل صفات الإعلام الجديد تكنولوجيا ووظائفيا، فالراديو والتلفزيون لم يصبحا فقط رقميين وموصلين بالأقمار الصناعية وشبكات الالياف الضوئية – وهما من ميزات الإعلام الجديد- ولكن أيضاً اصبحا وسيلتين تفاعليتين تعملان على منصة الكومبيوتر، وهذه هي الميزة الرئيسية التي تميز الإعلام الجديد، فضلا عن تغييرهما لمفهوم

الخبر من حدث الى يحدث بالتواجد الحي في مواقع الاحداث الكبيرة التي شكلت علامات بارزة في نهاية القرن الماضي وبداية القرن الحالي مثل الحروب في افغانستان والعراق.

كذلك الامر بالنسبة للصحافة الورقية التي غيرت طريقة الانتاج تماما الى وسائل تنتمي كلياً إلى المرحلة الرقمية في جميع خطوات التحرير الصحافي ومعالجة الصور ومراحل ما قبل الطباعة، كما لمس التغيير طريقة كتابة الأخبار وطريقة الاخراج واستخدام الألوان والطباعة مع انفاس الفجر لملاحقة اخر الاخبار والطباعة الرقمية في أماكن متعددة من انحاء العالم، ولم يبق الا التخلص من الورق، طالما ان التطور جار لإنتاج القارئات الرقمية الدقيقة والورق الإلكتروني.

وللبحث عن مخرج لحالة التقابلية هذه في تصنيف الإعلام الجديد، يضع ريتشارد ديفيس Richard Davis وديانا اوين Diana Owen في كتابهما المشترك (الاعلام الجديد والسياسة الأمريكية) يضعا الاعلام الجديد وفق ثلاثة أنواع هي:

النوع الأول: الإعلام الجديد بتكنولوجيا قديمة: يرى الباحثان ان نموذج الإعلام الجديد وفق هذا التصنيف يعود الى مجموعة من الاشكال الصحفية في الاذاعة والتلفزيون والصحف، ويشيران إلى راديو وتلفزيون الحوار Radio TV Talk/ الذي يرجع الى حقبة الثلاثينات من القرن الماضي، فقد كان الرئيس الأمريكي فرانكلين روزفليت يستخدم الإذاعة كأداة اساسية للحديث إلى الناس وكانت احاديثه مسموعة بشكل واسع، التلفزيون أيضا مع الراديو جدد نفسه كثيرا ببرامج الحوار الحيةTalk Show والمجلات الاخباريةTelevision news magazine مثلDate Line و60 Minutes وبرامج الاخبار الحية Live Shows والبرامج المسائية، مثل Night Line وبرامج الصباح المعروفة، مثل صباح الخير اميركا Good Morning America وبرامج التابلويد، مثل Inside Edition الشبيهة بصحافة التابلويد الورقية، ويشمل التجديد، في حالات اخرى، نموذج برنامج أوبرا Oprah Winfrey وقنوات مثل أم تي فيMTV المتخصصة في الموسيقى والتي مددت افقها للتغطية الأخبارية ساعة بساعة.

بعض البرامج المذكورة مثل توداي Today يعود الى الخمسينات من القرن الماضي ولكنها تمثل نمطاً جديداً في الإعلام، وقد بادر معظمها باستخدام التكنولوجيات الجديدة مثل

الكومبيوتر والشبكات المختلفة، وطبقوا أساليب مستحدثة في بناء موضوعاتهم وتقديمها، وقد مثلت بعض التغطيات علامة فارقة للانتقال إلى المرحلة الجديدة، مثل تغطية قضية الرياضي المشهور او جي ميسمبسون O.J Simpson، وقضية ويليام كينيدي سميث William Kennedy Smith وتيموثي ماكفي Timothy McVeigh الذي فجر مبنى البلدية في أوكلاهوما سيتي، فالتغطيات تغيرت كثيراً في الشكل وطريقة المتابعة واستخدام كافة وسائل الاتصال والعرض والغرافيك والإحصاء بواسطة الكومبيوتر.

النوع الثاني: إعلام جديد بتكنولوجيا جديدة: تمثله جميع الوسائل التي نعايشها الآن التي تعمل على منصة الكومبيوتر وهي تشمل شبكات الكومبيوتر المختلفة وعلى رأسها شبكة الإنترنت والبريد الإلكتروني وغيرهما، وهي الوسائل التي مكنت من إنفاذ حالة التبادل الحي والسريع للمعلومات ومن التواصل بين الطرفين وحققت للمواطنين إسماع أصواتهم للعالم، ومكنت من دمج التكنولوجيات والوسائل المختلفة مع بعضها البعض وتجاوزت العوائق المكانية والزمانية والحدود بين الدول التي كانت تعيق حركة الإعلام القديم، وهذه الوسائل تتصف بدورها الفعال في تسهيل التفاعل الجماهيري وتقديم مصادر لا حد له، ومجالاً واسعاً من الأشكال والتطبيقات الاتصالية.

النوع الثالث: إعلام جديد بتكنولوجيا مختلطة: هنا تزول الفوارق بين القديم والجديد، فقد أصبحت الحدود الفاصلة بين أنواع الوسائل المختلفة حدوداً اصطناعية Artificial، وحدثت حالة تماهي وتبادل للمنافع بين الإعلام القديم والجديد، ويستخدم الكثير من الممارسين للعمل الإعلامي الذين يعملون في الوسائل التقليدية الوسائل الجديدة لاستكمال أدوارهم الإعلامية المختلفة، أي أنهم أصبحوا يستخدمون النوعين معاً، وكما يعترف الافراد، تعترف المؤسسات القديمة أيضا بأهمية الإعلام الجديد، وتعمل على اللحاق بتكنولجياته وتطبيقاته المختلفة، فصحف كبيرة مثل واشنطن بوست ونيويورك تايمز لديها مواقع ضخمة على شبكة الإنترنت، وتتواصل برامج التلفزيون المختلفة ونشرات الاخبار مع الجمهور بأدوات الإعلام الجديد وتكمل مشروعها الإعلامي وتدير استطلاعاتها عبر الوسائل المستحدثة.

3. مدخل مانوفيتش للإعلام الجديد

يقول ليف مانوفيتش Manovich في مدخله لفهم الإعلام الجديد: لكي نفهم طبيعة الإعلام الجديد، فإننا نحتاج لتجاوز الفهم السائد، الذي يحدده بشكل عام في استخدام الكومبيوتر لتوزيع وعرض المعلومات، وضرورة النظر إلى الدور التكاملي للكومبيوتر في عمليات الإنتاج كلها وفي وسائل الإعلام كلها الذي أحدث تغيرات ماثلة في طبيعة الإتصال، والنظر في طبيعة الرسائل الجديدة الناتجة عن العملية الإتصالية الجديدة أيضاً، فكل الأشكال الغرافيكية وأنواع الرسم، والصور والمؤثرات، والأصوات، والنصوص أصبحت تتم بواسطة الكومبيوتر، وقد جاءت تكنولوجيا المعلومات بحالة التزواج والاندماج بين صناعات كانت مختلفة جدا في السابق وهي إستخدام الكومبيوتر ووسائل الإعلام، ونظم الاتصالات.

ويحدد مانوفيتش الحالات الرئيسية للإعلام الجديد كالتالي:

- التمثيل العددي Numerical representation
- حالة الانتقال Modularity
- حالة الأتمتة Automation
- القابلية للتغير Variability
- الترميز الثقافي Cultural Transcoding

الأول، التمثيل العددي Numerical representation يتمثل في الطبيعة الرقمية لأجهزة الإعلام Digital nature of media، أما حالة الانتقال Modularity فهي تعني أن الاجسام الإعلامية يمكن أن تندمج بين بعضها البعض بينما تحافظ على صفاتها المتفردة أو الخاصة، وهذا ما تمثله الخصائص التكنولوجية الأساسية للإعلام الجديد، ومن هنا تأتي الحالتان اللاحقتان بدءا من حالة الأتمتة Automation، إذ يخضع الإعلام أولا للمعالجة الحسابية بواسطة الكومبيوتر، والثاني يخضع لحالة القابلية للتغيرVariability وتكون الأجسام الإعلامية في حالة تنوع، أما المبدأ الاخير وهو الترامز الثقافي Cultural Transcoding فهو يلخص الفهم الخاص لمانوفيتش بخصوص عملية التأثير الثقافي لاستخدام الكومبيوتر.

والتمثيل العددي: طالما تمت معالجة الصورة والصوت رقميا، فإن كل أجهزة الإعلام تصبح معالجة بالكومبيوتر، وهذا يتضمن تحويل التماثلية في جميع حالاتها الى الشكل الرقمي، ويتضمن دمج الوسائط بين بعضها البعض مما مكن من توليد نموذج الوسائط المتعددة.

الثاني، حالة الإتصال: يمكن للمكونات الإعلامية أن تكون في حالة وحدات منفصلة ولكن في الوقت نفسه يمكن أن يتم تجميعها معا بدون أن تفقد هوياتها الخاصة، مثلا: يمكن معالجة صورة ما ببرنامج مثل أدوبي فوتوشوب بدمجها في عدّة طبقات، كل طبقة تحتوي قسما منفصلا عن الصورة كما يمكن معالجتها لاحقها بتفكيك الطبقات ذاتها بدون تأثير عليها، وهذا يتم أيضاً في حالات الصوتيات والفيديو والرسومات المتحركة وغيرها.

الثالث، حالة الأتمتة: تخضع جميع وسائل الاعلام الجديدة، بشكل ما، إلى حالة أتمتة في كل أو بعض عمليتها بدرجات معقدة أو بمستوى بسيط من التعقيد، ومثال لذلك مواقع الإنترنت الدائمة التجدد والحركة، التي تستجيب لطلب المستخدم أو الزائر، وقواعد البيانات الشكبية، مثال لذلك موقع غوغل الذي يستجيب سريعاً، وفق حسابات خاصة، لطلب الباحثين عن المعلومات تعتمد على عملية معقدة لجميع الصفحات المطلوبة وترتيبها.

الرابع، القابلية للتنوع: واحدة من أركان الإعلام الجديد المهمة هي في كونه يمثل مجموعة بيانات يمكن أن تعالج بأساليب مختلفة جدا، فيما ظل نظام الإعلام التقليدي مرتبطا بحالة إنتاج النسخة الواحدة المتعددة المتماثلة، فإن الإعلام الجديد يمكن أن ينتج نسخا مخصصة Customized وملبية لحاجة الفردانية Individualized او بإضفاء الطابع الشخصي عليها Personalized، وحالة التنوع هذه يمكن أن تشمل:

- **امكانية فصل المحتوى:** Delinking of Content، على سبيل المثال، قد تنشر صحيفة طبعتين واحدة ورقية واخرى للإنترنت، والنسخة على الإنترنت قد تكون مفصلة وفقاً لرغبة القارئ.
- **إمكانية التعديل:** Potential scalability إذ أصبح من السهل تعديل حجم الصور والرسومات والصفحات مثلاً أو تحريكها أو خلق عوالم إفتراضية أو ثلاثية منها.

- **إمكانية التحديث:** فبعض نظم الإعلام الجديد يمكن أن تتضمّن معلومات تتغير بانتظام ويجب أن تخضع لهذه الحالة بحكم طبيعتها مثل أسعار أسهم.
- **التخصيص والتفاعلية:** وهما نتيجة رئيسية من نتائج حالة التنوع التي تمكن المستخدم من الاختيار.

4. مدخل بافلك للإعلام الجديد

يرى جون بافلك Pavlik: أن المشهد الخاص بتكنولوجيات الإعلام الجديدة يتغير بمثل سرعة تطور هذه التكنولوجيات، وهي تحدث تغييراً راديكالياً في كل ما يتعلق بالطريقة التي نتواصل بها والأشخاص الذين نتواصل معهم، كما أنها تغير كافة أوجه الحياة التي نعيشها من بناء العلاقات الشخصية إلى خلق المصادر المالية والرعاية الصحية وغيرها، وفي كل عام فإن خطوات التطور التكنولوجي تتسارع وفي كل صباح يعلن عن مبتكر جديد.

لقد أخذ الامر مائتي عام منذ ان اخترع غوتنبرغ الحروف المتحركة في عام 1450 إلى دخولها الولايات المتحدة في عام 1693 بينما شهد القرن الماضي ميلاد وتطور الكثير من التكنولوجيات، كل واحدة منها أحدث ثورة في بعض مناحي الاتصال البشري.

يرى بافليك أيضا ضرورة توفر خارطة طريق Road map وإطار مفاهيمي لفهم أبعاد وآثار تكنولوجيات الإعلام الجديد، وواحدة من ادوات رسم هذه الخريطة تكمن في فهم وظائفها الأساسية وهي الإنتاج Production، والتوزيع Distribution والعرض Display والتخزين Storage، وبالرغم من أن هذا المدخل يبدو محدوداً بسبب حالات التلاقي Convergence والتماهي Blurring بين خطوط وسائل الاتصال لكن من المفيد تمييز الخطوط الموضحة لتكنولوجيات الإعلام الجديد من خلال:

- **نظام الانتاج:** تكنولوجيات الإنتاج هي تلك المستخدمة في جمع ومعالجة المعلومات وهي تشمل أجهزة الكمبيوتر، التصوير الإلكتروني، الماسحات الضوئية، وهذه التكنولوجيات لم تصنع لنا فقط طرائق جديدة لجمع وتفسير المعلومات بل أيضا مكنتنا من تجميع أنواع جديدة من المعلومات وحل المشكلات القديمة والجديدة بشكل أسرع، ولكنها مع ذلك حلت محل العمالة البشرية ومثلت تهديداً خطيراً

للخصوصية وأثارت تساؤلات حول من يملك المعلومات، فضلا عن أنها تجاوزت القدرات البشرية في أن تكون على مستوى الإمكانيات الجديدة التي خلقتها هذه التكنولوجيات.

- **نظام التوزيع:** تكنولوجيات التوزيع هي تلك المتصلة بعمليات العرض Presentation أو الحركة Movement للمعلومات الإلكترونية، وهي تشمل النظم الرئيسية التالية:

1. البث الهوائي Over-the air broadcasting.
2. تكنولجيات الاتصال الأرضي Land based telecommunication التي تشمل طيفا من الانواع الجديدة كليا.
3. كوابل الاتصال Coaxial cable، وهي تشمل تلفزيون الكيبل.
4. الاتصال بالأقمار الصناعية Satellite communications الذي يشمل البث التلفزيوني المباشر Direct broadcasting satellite.
5. الاتصال اللاسلكي، الذي يشمل خدمات التواصل الشخصي وغيرها من المستحدثات في هذا المجال.

هذه التكنولوجيات لها آثار إيجابية كما أن لها آثاراً سلبية اقتصادياً واجتماعياً، فقد جعلت المعلومات متاحة بسرعة الضوء وجعلت من تكنولوجيا الفيديو تحت الطلب Video on demand أمراً واقعاً، كما جعلت من مفاهيم الاسواق المستهدفة والتخصيص أموراً واقعية، فضلاً عن أنها جعلت وسائل الإعلام أكثر عملية، لكنها في الوقت نفسه اسهمت في عدد من الإشكالات الاجتماعية فعمليات قرصنة المعلومات لا حصر لها، كما ان هنالك من يرى أنها وسعت من الفجوة الرقمية بين الأغنياء والفقراء.

- **نظام العرض:** تشير أجهزة العرض إلى مجموعة التكنولوجيات المستخدمة في تقديم المعلومات إلى المشاهد أو المستهلك وما إليهما، وهي تشمل مجموعة من الأجهزة المخصصة في عرض المعلومات الإلكترونية في أشكال مختلفة مثل الصورة والنص والفيديو أو الوسائط المتعددة وبعضها يعرض المعلومات بأبعاد ثلاثة، وتشمل الأجهزة الرقمية الشخصيةPersonal digital appliances PDA وشاشات

العرض المسطحة Flat panel screens وهي تمثل الأداة المستقبلية لعرض الصحيفة الإلكترونية وسنأتي اليها لاحقا، بجانب شاشات العرض الخاصة بالهواتف.

هذه الأجهزة جعلت من السهل الوصول الى أكبر قدر من المعلومات ولكنها تحمل أيضاً آثاراً سلبية صحية تصل إلى اتهامها بتسبيب بعض الأمراض الخطيرة الجسدية والعقلية وهناك من يرى أنها أدت إلى زيادة رقعة الأمية.

نظام التخزين: تشير تكنولوجيات التخزين إلى الوسائل المستخدمة في استضافة المعلومات في انساق الكترونية، بما يشمل الأسطوانات المرنة والصلبة بالإضافة إلى الوسائل الجديدة مثل الأسطوانات الليزرية بأنواعها المختلفة التي مكنت من تخزين كميات ضخمة من المعلومات في مكان محدود، سنأتي إليها لاحقاً، يضاف الى هذه الوسائل صغيرة الحجم أخرى كبيرة وذات سعة وإمكانيات هائلة هي ملقمات تخزين الفديو Video Servers التي تمكن حرفيا من بناء محطات تلفزيون بلا أشرطة اذ يمكن تخزين كميات ضخمة من مواد الفيديو عليها، فضلا عن توفيرها خاصية الفيديو تحت الطلب.

5. مدخل بوتلر وجروسين

يرى بولتر Bolter وجروسين Grusin تكنولوجيات الاعلام الجديد من خلال مدخل التجديد الكامل Refashioning الذي يطلقان عليه تعبير المعالجة أو بلفظ آخر الإصلاح Remediation التي يطرحانها كنظرية تبلور فهمها لأجهزة الإعلام الجديدة، ويقولان: إن فكرة الإصلاح هذه هي المنطق الأساس الذي تجدد من خلاله تكنولوجيات الإعلام الجديدة وسائل الإعلام السابقة، بولتر وجروسين وضعا نظريتهما حول الإعلام الجديد ضمن إطار الميزات الجديدة التي تتمتع بها مثل درجة الآنية Immediacy والتشعبية Hypermediacy فالرغبة لحالة الآنية تمثل رغبة قوية للشفافية المطلوبة في الإعلام.

ويضع بوتلر وجروسين منطق المعالجة ضمن سياق تاريخي مرتبط بتطور جميع أجهزة الإعلام كل واحدة على حدة وإصلاح نفسها لنفسها وعلى سبيل المثال فإن رسومات الكمبيوتر المتحركة استفادت من خبرات السينما، والسينما تستفيد الآن من الخبرات التي جاءت بها رسومات الكمبيوتر المتحركة، ومن الامثلة التي توضح نظريتهما

عملية الاصلاح التي تحدث بين التلفزيون والانترنت، فالإنترنت اسست نموذجها بناء على خبرات تلفزيونية في التعامل مع المشاهدين، ثم عاد التلفزيون لأستخدام استراتيجيات جديدة هي من خبرات الإنترنت مثل استخدام النوافذ Windowing واستخدام أدوات التحريك Scrolling وغيرها.

6. مدخل فيدلر لفهم الاعلام الجديد

يبني فيدلر Fidler مدخله النظري لفهم الإعلام الجديد ومستويات تبنيه باستقراء النموذج الكلاسيكي لتبني المستحدثات لايفرت روجرز Everett Rogers ورؤى بول سافو Paul Saffo التي تقول أن الأفكار الجديدة تأخذ حوالي ثلاثة عقود كاملة حتى تتسرب إلى ثقافة المجتمع والأفراد، ويقول فيدلر ان عملية تغيير جذري تتم للوسائل القائمة يطلق عليها تعبير Mediamorphosis وهو مصطلح نحته فيلدر بنفسه في بداية التسعينات للدلالة على التحول الكامل الذي يجري لوسائل الاتصال الذي فرضته التفاعلات المعقدة للحاجات اساسية والضغوط السياسية والاجتماعية والابتكارات التكنولوجية.

يحدد فيدلر ستة مبادئ أساسية لعملية التغيير الجذري هذه وهي:

- تعايش Coexistence وتطور مشترك Coevolution للأشكال الإعلامية القديمة والجديدة.
- تغيير جذري متدرج للاشكال الاعلامية من القديمة إلى الجديدة.
- انتشار السمات السائدة في الأشكال الإعلامية المختلفة بين بعضها البعض.
- بقاء اشكال إعلامية ومؤسسات في بيئات متغيرة.
- ظهور الإستحقاقات والحاجات الموضوعية لتبنّي أجهزة الإعلام الجديدة.
- حالة التأخر في تبني المفهوم ثم التبني الواسع لأجهزة الإعلام الجديدة.

وطبقا لفيدلر فإن أهم ثلاث أدوات تغيير جذري في مستحدثات الإعلام الجديد في مراحل تطور الإتصال الإنساني هي اللغة المنطوقةSpoken language، واللغة المكتوبة Written language، واللغة الرقميةDigital language.

فاللغة المنطوقة ادت إلى تكوين المجموعات البشرية والى تطور المهارات والقـدرات التي تحل المشكلات المعقدة وتطوير الأشكال (المذاعة) مثل رواية القصص وأداء الطقـوس الصوتية والتي قسمت المجتمع إلى مؤدين وحراس بوابات ومستمعين، ثم كانت اللغة المكتوبة فاتحة لتطوير الوثائق المنقولة، والطباعة الآلية، والإعلام الجماهيري، أما اللغة الرقمية – على خلاف المنطوق والمكتوب – فقد مكنت من عملية الاتصال بين الآلة والإنسان.

والخلاصة يجب علينا أن نقر أن تغييراً كاملاً يلمس الوسائل الإعلامية القائمة تكنولوجيا وتطبيقيا، كما أن هنالك مستحدثات إعلامية غير مسبوقة تأخذ مكانها الآن وقـد جاءت بتطبيقات وخصائص جديدة وان حالة جديدة هي وسائل الإعـلام حسب الطلـب **Mass Customization** تأخذ مكان وسائل الاتصال الجماهيري **Mass Media** وأن عملية تحويل وتغيير جذرية تتم للوسائل القائمة **Metamorphosis** عندها ستكون جميع أجهزة التلفزيون وجميع اجهزة الراديو خارج نطاق الاستخدام كونها أجهزة تعمل في اتجاه واحد **One-Way** والتغير الجاري يتجه نحو بناء وسائل تفاعلية **Interactive Media** هنا تعمل جميع الأجهزة التقليدية وغيرها على منصة الكومبيوتر وتصنع عالماً اتصالياً جديداً ثنائي الاتجاه **Tow -Way** له مزايا لم تكن تتوفر في الإعلام القديم.

تأثيرات الإعلام الجديد

من المهم هنا أن ننتقل من التعريفات النظرية للإعلام الجديد إلى عرض لأهـم تأثيراته على المجال الإعلامي بأطرافه المتعدده بالإضافة إلى مناقشة أهـم ظـواهره وتطبيقاته التي يتجاوز تأثيرها حدود الإعلام:

(1) تأثير أدوات الإعلام الجديد على المحتوى الإلكتروني

لم يعد المحتوى الإعلامي موزعاً على أجهزة منفصلة كما كـان الحـال قبل وجـود أجهزة الكمبيوتر والأجهزة المحمولة الأخرى القادرة على الاتصال بالإنترنت؛ فبعد أن كـان للمواد الصوتية أجهزتها المنفصلة وكذلك المواد المرئيه والنصوص أصبح بإمكان مستخدمي الإنترنت وعلى صفحة واحدة منها أن يجد كل هـذا وأكثر، فأصبح تعبير **Multimedia** المالتي ميديا تعبيراً دقيقاً عن المحتوى الـذي يتم إنتاجه الآن، بل وأصبح هـذا التنوع بين

الصوت والصورة والنص وأدوات الإتصال هي معايير للحكم على مدى توافق محتوى إلكتروني معين مع الجديد في عالم الإعلام، لقد جمعت الإنترنت أجهزة التليفزيونات والراديو والتليفونات وكذلك الأوراق التي كنا نستخدمها لقراءة النصوص المكتوبة في شاشة واحدة كما جعلت إنتاج واستهلاك هذه المحتويات المتعددة الأشكال أسهل من أي وقت مضى.

لقد وضعت وسائل الإعلام الجديد معايير لمواصفات المحتوى الإلكتروني، فالخبر الصحفي على سبيل المثال، أصبح أقصر وتلعب فيه المالتي ميديا دوراً أساسياً مقارنة بالخبر وفق المعايير التقليدية لإنتاجه، والأهم من ذلك أن وسائل الإعلام الجديد قد وضعت نهاية لزمن المصدر الواحد للمعلومة والمعرفة، وما نعيشه الآن هو زمن المصادر المختلفة للمعلومات ولم يعد أي مصدر واحد كافيا لمستهلكي الإعلام الجديد.

(2) تأثير أدوات الإعلام الجديد على منتجي المحتوى الإلكتروني

لم يعد انتاج محتوى الإعلام الإلكتروني حكراً على المؤسسات الإعلامية المتخصصة والتي سيطرت لفترات طويلة على تدفق المعلومات، فأدوات الإعلام الجديد تتيح للجميع إنتاج المحتوى والتواصل مع مصادر المعلومة والخبر حول العالم كما أن نشر هذا المحتوى والترويج له أصبح أيضاً متاحاً للجميع.

إن ملايين مقاطع الفيديو التي يتم تحميلها على موقع مثل يوتيوب وكذلك ملايين المدونات التي يتم نشرها وتحديثها بمواد ينتجها مواطنون حول العالم بالإضافة إلى الإذاعات الموجودة على الإنترنت وروابط البث المباشر وتليفزيون الواقع كلها نماذج لما ينتجه المواطن الصحفي بفضل الأدوات التي يمتلكها كهاتفه المحمول المزود بكاميرا وجهاز كمبيوتر شخصي ومصدر للإتصال بالإنترنت، الأمر الذي يدفعنا للقول بأن أدوات الإعلام الجديد قد أحدثت تغييراً غير مسبوق في طبيعة من ينتجون المحتوى على الإنترنت أو على الوسائط الأخرى.

إن المنتجين الجدد للمحتوى الإعلامي أصبحت لديهم قدرات كبيرة على التأثير وتوجيه الرأي العام وهي القدرات التي كانت تحتكرها المؤسسات الإعلامية ودور النشر

التقليدية ومع ذلك فلقد بدأت هي الأخرى في استخدام التقنيات الحديثة وتتسابق على ذلك من أجل الوصول إلى أعلى مستوى ممكن من الجودة والقدرة على التواصل مع الجماهير ومستخدمي الإنترنت.

(3) تأثير الإعلام الجديد على أساليب النشر وطرق استهلاك المحتوى الإعلامي

عرضنا في الفقرة السابقة لأهم التغيرات التي طرأت على المحتوى الإعلامي بعد أن أصبح إلكترونيا سواء كان ذلك على هيئة نصوص منشورة على الإنترنت أو ملفات تحمل صوراً أو مواد صوتية ومرئية يمكن تبادلها ونشرها دون انتظار للمطبعة والنسخ أو لجهود شركات التوزيع، ومع ذلك فإن أهم نتائج النشر الإلكتروني على الإنترنت أن المحتوى المنشور يمكن الوصول إليه بسهولة accessible كما يمكن تحميله وتبادله واستخدامه على أجهزة ووسائط مختلفة.

والحديث عن الكتاب الإلكتروني والتهديدات التي يشعر بها الناشرون التقليديون هي أقوى الأدلة على قوة التأثيرات التي أحدثها الإعلام الجديد في مجال النشر والإعلام وهما عاملان مهمان لتشكيل الوعي في كل دول العالم، وإذا أضفنا إلى ذلك المناهج الدراسية التي يمكن تداولها وتدريسها على الإنترنت أيضا سوف نكتشف الإمكانيات الهائلة التي اتاحتها الإنترنت بعد أن أصبحت منصات platforms للإعلام والتعليم والتواصل.

لقد ساعدت وسائط الإعلام الجديد في تسهيل كل المراحل التي يمر بها المحتوى حتى يصل إلى مستهلكيه، إنتاج المحتوى أصبح رقمياً ومتاحاً للجميع كما أصبح استهلاكه والحصول عليه أكثر سهولة على أجهزة الكمبيوتر والهواتف المحمولة وغيرها من أجهزة عرض الملفات بمختلف أشكالها.

هوامش الفصل التاسع

1. اشرف أمين – موقع الجمعية الدولية للمترجمين واللغويين العرب

http://www.wata.cc/forums/showthread.php?t=44375

2. حسن عماد مكاوي، نظريات الإعلام، الدار العربية للنشر والتوزيع، ط 1، 2007، ص129.
3. فضيل دليو، الاتصال، دارالفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2003، ص27.
4. المصدر السابق، ص 28.
5. هادي نعمان الهيتي الاتصال الجماهيري المتطور الجديد، دار الشؤون الثقافية، ط1، 2006، ص78.
6. حسن عماد مكاوي، المصدر السابق، ص156.
7. ليلى حسين السيد، حسن عماد مكاوي، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية للنشر، ص254.
8. ليلى حسين السيد، حسن عماد مكاوي، المصدر السابق، ص299.
9. صالح خليل أبو أصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، دار المجدلاوي للنشر والتوزيع، ط5، 2006، ص162.
10. صالح خليل أبو أصبع، المصدر السابق، ص157.
11. حسن عماد مكاوي، مصدر سبق ذكره، ص190.
12. د. حسين السيد، ليلى د.عماد مكاوي، حسن، مصدر سبق ذكره، ص279.
13. فضيل دليو، مصدر سبق ذكره، ص 39.
14. محمود حسن كامل، مبادىء علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، ط1، 2003، ص283.
15. الفين توفلر، تحول السلطة (الجزء الثاني)، ترجمة لبنى الريدي، الهيئة المصرية العامة لكتاب، القاهرة 1996، صفحة 164.

16. M. Defleur. Theories of Communication. New York: McKay David Co .Inc.p.115

17. Tichonor J.Domahuc, A & Olien, N. Mass Media and Differentil Growth In Knowledge. Public Opinion Quarterly 34, 1970, pp, 70-158.

18. اشرف أمين– موقع الجمعية الدولية للمترجمين واللغويين العرب

http://www.wata.cc/forums/showthread.php?t=44375.

19. هشام عبدالمقصود، دراسة لخطاب المدونات العربية، العربي للنشر،نقلاً من مقالة بعنوان (التأثيرات السياسية والاجتماعية لوسائل الإعلام الجديد، موقع منشور

www.mnshour.com/..../180–

20. علي القرني، الإعلام الجديد من الصحافة التقليدية إلى الإعلام الاجتماعي وصحافة المواطن، أنظر الموقع:

http://www.mnshour.com/ac/item/180%D9%88%D8%B1%D9%82 %D8%A9-

21. للتفاصيل عن المداخل أنظر:

/ Definition: New Media. Computing Dictionary.

>http://computing dictionary .The freedictionary .com/ new+ media>; Accessed: Sep. 2006.

/New Media، Condensed Net Glossary

>http://www.saila.com/usage/glossary/ > Accessed: Sep. 2006.

/Nicholas Negroponte, Being Digital. Publisher Vintage USA. 1996. p 37

/Jay David Bolter, Richard Grusin, Remediation: Understanding New Media The MIT Press; 1st edition. 2000

/Roger F. Fidler. Mediamorphosis: Understanding New Media, Sage Publications, Inc.; 1 edition 1997.

/Wendy Bellion (1999). The Mechanization of Likeness in Jeffersonian America. The Media in Transition Conference, MIT http:// web.mit.edu/m-i-t/articles /index_bellion. html; Accessed April 2006.

/ Lisa Gitelman , 1999) How Users Define New Media: A History of the Amusement Phonograph. The Media in Transition Conference. MIT. http://web .mit. edu/comm-forum/papers/gitelman.html

نقلاً عن: عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن2008، وانظر موقع

http://www.jadeedmedia.com/2012-04-22-10-44-52/44-2012-04-18-14-53-45/123-2012-04-21-15-22-27.html

22. فتحي أبو حطب، الإعلام الجديد، محاولة للتعريف وفهم التأثير

http://www.democracy-forum.org/index.php?newsid=50

الفصل العاشر

الشبكات الاجتماعية وتغريدات الفيسبوك والتويتر

مقدمة عامة:

تلعب الشبكات الاجتماعية الإلكترونية ومواقع التدوين الإلكتروني والبث الفيديوي المجاني على الإنترنت دوراً مركزياً في دعم مفاهيم وآليات الاعلام الإلكتروني حيث تؤمن تلك الأدوات للمواطن والمؤسسات على حد سواء إمكانيات هائلة في التواصل والاتصال بين الأفراد ومجموعات الأفراد إذا تم استغلالها بالطريقة المناسبة فإنها تؤدي إلى بالتأكيد إلى التأثير بطريقة حقيقية في الرأي العام.

أن حروب المعلومات أو القوى الناعمة بدأت تتسع في الآونة الأخيرة، حيث الأنتقال من عصر العولمة العادية إلى عصر العولمة التقنية، ومن عصر الإنترنت الى عصر الشبكات، وخاصة الشبكات الاجتماعية من خلال مشاركة الجماهير في التغييرات السياسية.

أن مجتمع الشبكات مستقبله غير محدد، وأن عنصر الوقت قد تغير تماما في زمننا هذا، حيث ظهر ما يسمى بالوقت الشبكي الذي من خلاله تمارس أكثر من عمل في وقت واحد، أي إن نظرية الزمن التقليدية قد تغيرت الآن.

أن عصرنا يشهد انفجارمعلوماتي لا مثيل له في التاريخ، لأن الاعلام الإلكتروني يؤمن رسائل وأدوات إنتاج للمحتوى مجانية ومتوفرة وسهلة الاستخدام، حيث نرى أن الفيديو المنشور على يوتيوب يحتاج إلى ما يقارب 1700 سنة من أجل مشاهدته ويتم تحميل 24 ساعة من الفيديو على الموقع كل دقيقة.

ويبدو إن مواقع الشبكات الاجتماعية سبقت ظهور مصطلح الويب 2.0 بكثير، إلا أنها تعد من ضمن تطبيقات الويب 2.0، حيث توفرت في الشبكات الاجتماعية الحديثة خصائص وسمات خدمات الإنترنت في بيئة الويب 2.0، وهو ما تميزت به عن الشبكات الاجتماعية القديمة.

تاريخياً، بدأت مجموعة من الشبكات الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات مثل Classmates.(com) عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة، وموقع SixDegrees.(com) عام 1997 وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص، وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، وبالرغم من توفير تلك المواقع لخدمات مشابهة لما توجد في الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أن تلك المواقع لم تستطع أن تدر ربحاً لمالكيها وتم إغلاقها، وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام 1999و2001، و مع بداية عام 2005 ظهر موقع يبلغ عدد مشاهدات صفحاته أكثر من جوجل وهو موقع (ماي سبيس) الأميركي الشهير، ويعد من أوائل وأكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير(فيس بوك) والذي بدأ أيضاً في الانتشار المتوازي مع (ماي سبيس) حتى قام (فيس بوك) في عام 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين وهذا ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي (فيس بوك) بشكل كبير.

ولقد أضافت بيئة الويب 2.0 خصائص جديدة مميزة للشبكات الاجتماعية جعلتها أكثر تفاعلية وخلقت وسائل جديدة للتفاعل الاجتماعي بين الأعضاء، فلم يعد الموقع الاجتماعي مجرد ملف بيانات المستخدم فقط، بل أمكنه الانضمام لشبكات عديدة داخل المجتمع الواحد، هذه الشبكة قد تكون لجهة العمل أو الجامعة التي تعلم فيها... الخ، وأصبح بالإمكان مشاركة الاصدقاء في الصور والفيديو والأحداث والمناسبات الخاصة.

ويعد موقع (Friendster) أول شبكة اجتماعية تحقق خصائص وسمات الويب 2.0، وقد أنشئ في 2002 على يد جوناثان أبرام (Abrams Johnathan) وقد حقق الموقع نمواً كبيراً في بداية نشأته حتى كان ينمو بمعدل 15٪ أسبوعيا[1]، إلا أن نجم الموقع بدأ يخفت بعد ظهور العملاقين (MySpace) في يناير 2004 و(Facebook) في فبراير 2004.

تعريفات الشبكات الاجتماعية

وضع عدد من الباحثين تعريفات للشبكات الاجتماعية سنذكر بعضا منها فيما يلي، إلا أنه يجب التوقف أمام ملاحظة مهمة للغاية؛ حيث أنه بالتعمق في الإنتاج الفكري

الأجنبي وجدنا أن المصطلح المستخدم للتعبير عن الشبكات الاجتماعية باللغة الإنجليزية هـو (Online Social Networks) والسبب في إضافة المصـطلح Online هـو التفرقـة بـين الشبكات الاجتماعية كاحد مجالات الدراسة في علم الاجتماع والشبكات الاجتماعية في بيئة الإنترنت.

ومن تعريفات الشبكات الاجتماعية:

1. هى تلك المواقع التي تمكن الأفراد من إنشاء شبكات اتصال بأفراد آخرين، وعلى الرغم من أنها شبكات اجتماعية إلا أن الأفراد يمكن أن يتصلوا ببعضهم لأسباب شخصية أو مهنية سواء كانوا على معرفة بهم أم لا. [2]
2. هي اماكن للتجمع على الخط المباشر تشجع أعضائها على بناء شبكات من أصـدقائهم ومعارفهم. [3]
3. هي مجتمعات على الخط المباشر تقوم بدعم الاتصال بين الأفراد عن طريق شبكات من الأصدقاء الموثوق فـيهم، وتقـدم مكانـا لتجمـع الأفـراد علـى الخـط المباشـر، واقامـة علاقات جديدة أو للتعرف على أفراد آخرين في مجال عملهم نفسه. [4]

وبشكل عام، من خلال التعاريف، فأن خدمات الشبكات الاجتماعية هي خدمات تؤسـسها وتبرمجهـا شـركات كـبرى لجمـع المسـتخدمين والأصـدقاء ومشـاركة الأنشـطة والاهتمامـات، وللبحـث عـن تكـوين صـداقات والبحـث عـن اهتمامـات وأنشـطة لـدى اشخاص آخرين، ومعظمها موجودة حالياً، وهي عبارة عن مواقع ويب تقـدم مجموعـة مـن الخدمات للمستخدمين مثل المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والبريـد الإلكترونـي والفيـديو والتـدوين ومشـاركة الملفـات وغيرهـا مـن الخـدمات، ومـن الواضـح أن تلـك الشـبكات الاجتماعية قد أحدثت تغيّراً كبيراً في كيفية الاتصال والمشاركة بين الأشـخاص والمجتمعـات وتبادل المعلومات، وهي تجمـع الملايـين مـن المستخدمين في الوقـت الحـالي وتنقسـم تلـك الشبكات الاجتماعية حسب الأغراض فهناك شبكات تجمع أصدقاء الدراسة وأخرى تجمـع أصدقاء العمل بالإضافة لشبكات التـدوينات المصـغرة، ومـن أشـهر الشـبكات الاجتماعيـة الموجودة حالياً فيس بوك وماي سبيس وتويتر ولايف بوون وهاي فايف وأوركت وجوجـل بلس.

وتعد مواقع التواصل الإجتماعية هي الأكثر انتشاراً على شبكة الإنترنت، لما تمتلكه من خصائص تميزها عن المواقع الإلكترونية، مما شجع متصفحي الإنترنت من كافة أنحاء العالم على الإقبال المتزايد عليها، في الوقت الذي تراجع فيه الإقبال على المواقع الإلكترونية.

وبالرغم من الانتقادات الشديدة التي تتعرض لها الشبكات الاجتماعية على الدوام وخصوصاً موقع (الفيس بوك)، والتي تتهمه تلك الانتقادات بالتأثير السلبي والمباشر على المجتمع الأسري، والمساهمة في انفراط عقده وانهياره، فإن هناك من يرى فيه وسيلة مهمة للتنامي والالتحام بين المجتمعات، وتقريب المفاهيم والرؤى مع الآخر، والإطلاع والتعرف على ثقافات الشعوب المختلفة، إضافة لدوره الفاعل والمتميز كوسيلة اتصال ناجحة في الانتفاضات الجماهيرية، وهو السبب الذي جعل العديد من الباحثين يدرسون هذه الشبكات الاجتماعية وتأثيراتها الأجتماعية والثقافية والسياسية، وأبعادها التقنية، ودورها في مجال موضوعات الخصوصية والهوية ورأس مال المجتمعات واستخدامات المراهقين.

أما المواقع الأجتماعية فقد تراجعت أمام خدمات الشبكات الاجتماعية، وهي تختلف عنها بالعديد من الخصائص والخدمات، ويعرف موقع (إجابات) المواقع الاجتماعية على الإنترنت بأنها: عبارة عن تجمعات لأشخاص خلال مجموعات محددة، والتي يستطيع المرء أن يشبهها بتجمعات قروية أو ريفية مشتركة في صفات أساسية، وتهتم الشبكات الاجتماعية على الانترنت بالأشخاص الذين يشتركون في صفات مميزة، (كأماكن عمل، مدارس، جامعات، كليات بعينها،أو أي مجموعة موحدة الاهتمام)، وهؤلاء الأشخاص متوفرون بكثرة على شبكة الانترنت، بل إن الشبكة مليئة بملايين منهم، والذين يتطلعون للقاء أشخاص جدد حتى يتكاتفوا ويتعاونوا في إشهار هواياتهم واهتماماتهم وانتماءاتهم، ابتداء من رياضة التنس وتنسيق الحدائق وتطوير الصداقات انتهاء بالسياسة. [5]

بينما يعرف موقع (عالم التقنية) المواقع الاجتماعية بأنها خلقت للمستخدم بالمقام الأول، والحقيقة التي يجب أن تقال: (إن المستخدم هو من يسيرها، فإن أحسن أحسنت، وإن أساء أساءت، فلن يضرها شيء، وإن جئنا على شهرتها وشعبيتها ليس في عدد مستخدميها ولا كيف استخدموها، فشهرتها هو نتاج توظيف المستخدمين لها في صالحهم وتجسيدها، وفهمها لما يراد لها، حالها حال أي تقنية تظهر، فكانت الشبكات شخصية اجتماعية، عملية، تعليمية، كل منها يهدف لمبتغاه، فأخذ بها من على أرض الواقع كالشركات والمؤسسات

وغيرها في أعمالهم، وأخذت بها المواقع والمدونات كحال موقع عالم التقنية، الذي استخدمها وسيلة في نشر مواضيعه لتفاعل أكثر معها). [6]

كما يعرفها أحد الباحثين بأنها (صفحات الويب، التي يمكن أن تسهل التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين في هذه الشبكة الاجتماعية الموجودة بالفعل على الإنترنت، وتهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام، والتي من شأنها تساعد على التفاعل بين الأعضاء بعضهم بعض، ويمكن أن تشمل هذه (المميزات المراسلة الفورية، الفيديو، المردشة، تبادل الملفات، مجموعات النقاش، البريد الإلكتروني والمدونات)، وهناك الآلاف من مواقع الشبكات الإجتماعية التي تعمل على الصعيد العالمي، وهناك الشبكات الإجتماعية الصغيرة، التي طرحت لتناسب القطاعات المهمشة في المجتمع، في حين هناك شبكات تخدم وحده جغرافية للمجتمع، وهناك بعض الشبكات تستخدم واجهة استخدام بسيطة، بينما البعض الآخر أكثر جراءة في استخدام التكنولوجيا الحديثة والقدرات الإبداعية). [7]

مجالات استخدام الشبكات الاجتماعية

ويمكن إيجازها بالنقاط التالية:

1) التعارف والصداقة

وهو أهم أوجه استخدامات الشبكات الاجتماعية، وهي بداية كل مستخدم في إقامة علاقات اجتماعية من خلال الشبكة.

2) إنشاء شبكات للجهات والمؤسسات المختلفة

من أهم مميزات الشبكات الاجتماعية في بيئة الويب 2.0 هي إمكانية إنشاء شبكات داخلها تجمع الأفراد تحت مظلتها، فيمكن لأي جهة إنشاء شبكة لها ويشترك فيها كل العاملين في تلك الجهة.

3) إنشاء مجموعات اهتمام

وهي متاحة على الإنترنت منذ وقت بعيد، وكذلك مواقع شهيرة تقدم تلك الخدمة مجاناً بعدما كانت تقدم بمقابل مادي في بداية ظهور الخدمة، إلا أن تقديم هذه الخدمة من خلال الشبكات الاجتماعية جعل لها مذاق خاص مختلف تماماً، فمن خلال الشبكات الاجتماعية يمكن إنشاء مجموعات اهتمام ودعوة جميع الأصدقاء للاشتراك في تلك المجموعة.

4) إنشاء صفحات خاصة بالأفراد والجهات

وهي من الإمكانات الجديدة التي أضافتها الشبكات الاجتماعية في بيئة الويب 2.0، فيمكن إنشاء صفحة للمشاهير والشخصيات المتميزة وكذلك الجهات والمؤسسات، ويقوم محبي صاحب الصفحة باشتراك فيها للتعرف على أخباره وأنشطته.

5) البرمجيات المتوفرة داخل الشبكة الاجتماعية

نشأ داخل الشبكات الاجتماعية مجتمع كبير جداً من المبرمجين، حتى أصبحت الشبكة الاجتماعية بيئة عمل للبرمجيات، وفي هذا المجال يأتي الفيس بوك Facebook على رأس الشبكات الاجتماعية من حيث البرمجيات، حتى أصبح بيئة (منصة) تطوير للبرمجيات، هذه البرمجيات منها ما هو ترفيهي، ومنها ما هو بحثي.

6) استخدامات ترفيهية

تضم الشبكات الاجتماعية العديد من الألعاب الترفيهية المسلية، إلا أنها تعمل بفكر الويب 2.0 حيث يتنافس الأصدقاء في اللعبة الواحدة.

7) وسائل الاتصال بين أفراد المجتمع

توفر الشبكات الاجتماعية سبل مختلفة للتواصل بين أفراد المجتمع الإلكتروني، من أشهر تلك الوسائل، الرسائل الإلكترونية، وهي تدار عبر موقع الشبكة الاجتماعية وليس

لها برنامج خاص لإدارتها مثل البريد الإلكتروني المتعارف عليه، كذلك من الوسائل المتاحة المحادثة الفورية بين الأعضاء.

8) الدعاية والإعلان

يمكن استخدام الشبكات الاجتماعية لأغراض الدعاية التجارية، فهناك العديد من الشركات تؤسس مجموعات لها كنوع من أنواع الترويج، كما يمكن عمل إعلانات مدفوعة الأجر عبر الشبكة الاجتماعية.

وأظهرت دراسة علمية على المكانة الكبيرة والأهمية للإعلام الجديد أو البديل مقارنة بالإعلام القديم، والدور المتميز الذي تلعبه المواقع الإجتماعية كوسيلة إعلامية متطورة، قياساً بما تقوم به المواقع الإلكترونية من دور إعلامي بارز على حساب الصحف الورقية، كما خلصت الدراسة إلى نتيجة توضح مدى تأثير شبكات التواصل الإجتماعي على جمهور المتلقين، وإنه لم يعد بإمكان متصفحي الإنترنت الاستغناء عنها، لما توفره من أخبار وتغطية شاملة وعاجلة ومعلومات ومعارف مفيدة ومتنوعة، ومحادثة (دردشة) مع الأهل والأصدقاء وزملاء الدراسة والعمل وتبادل الملفات والصور ومقاطع الفيديو، إضافة إلى أنها مجالاً مفتوحاً لتبادل الآراء والتعليقات على الآراء والردود على تلك التعليقات، وخلق صداقات افتراضية جديدة واستراحة وثقافة وترفيه.[8]

أما المواقع الإلكترونية، فهي صفحات ويب، لها أهدافها ووظائفها الخاصة وأنواعها، لذلك نرى إن هناك أكثر من اتجاه في تحديد مفاهيمها، فيعرفها موقع (ويكيبيديا الموسوعة الحرة) بأنها (مجموعة صفحات ويب مرتبطة مع بعضها البعض، ومخزنة على الخادم نفسه، يمكن زيارة مواقع الويب عبر الإنترنت، وتختلف أهداف مواقع الويب، فمنها ما هو للإعلان عن المنتجات ومنها ما يبيعها، كما أن هناك مواقع للمحادثة (الدردشة) أو منتديات للنقاش والحديث بين مستخدمي الويب، ويوجد ما يعرف بالمدونات وهي مواقع ويب يسرد فيها مؤلفها ما يريد الكتابة عنه ومواضيع أخرى، كما يمكن للزوار الرد على ما يكتب).[9]

ويرى موقع (كتان أون لاين)، بأن تعريف المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت، يختلف باختلاف الهدف من هذه المواقع: (فإذا كان لديك شركة أو مؤسسة فإن تعريف الموقع الإلكتروني هو مجموعة من الصفحات الثابتة، والتي تندرج تحت أسم موقعك (الدومين)، وهي صفحات تحتوي على معلومات عن الشركة، وتكون هذه الصفحات ثابتة على مدى الـ (24) ساعة طوال أيام السنة على شبكة الإنترنت، وهي متاحة لجميع المتصفحين على شبكة الإنترنت من جميع دول العالم)، أما إذا كانت المواقع الإلكترونية شخصية عامة فهي (مجموعة من الصفحات التي تندرج تحت أسم موقعك (الدومين)، وهي صفحات تحتوي على السيرة الذاتية الخاصة بك، إضافة إلى أي تسجيلات صوتية أو مرئية أو دروس مكتوبة، بالإضافة إلى إمكانية إتاحة الفرصة لزوارالموقع، للتفاعل مع الدروس والتسجيلات والتعليق عليها والتحاور معك بشكل مباشر) [10]، وهذان هما النوعان الأكثر شيوعاً بين مواقع الإنترنت، وهما الأقل من حيث التكلفة، والأسهل في إدارتها والتعامل معها، ويوجد العديد من أنواع المواقع الأخرى والتي تقدم خدمات مجانية أو مدفوعة.

أما موقع (منهل الثقافة الإلكترونية) فيرى أن للمواقع ثلاثة أنواع رئيسية وهي:

1. **مواقع الانترنت الساكنة (Static web site)**: وهي مواقع الانترنت العادية التي تحتوي على نصوص وصور وغيرها، من وسائل العرض النصية الغرافيكية الثابتة والمتحركة طبقاً لمحتوى الصفحات وفكرة وهدف الموقع، إلا أن هذا النوع من المواقع لا يحتوي على إمكانية تغير بياناته بطريقة ديناميكية متغيرة،أو قاعدة بيانات (Database) يمكن تحديث البيانات من خلالها.
2. **مواقع الانترنت الديناميكية (Dynamic web site)**: ويؤخذ هذا النوع من المواقع أكثر المواقع تطوراً من المواقع الساكنة، حيث يسمح بتغير أو إضافة أو حذف أي معلومات أو صور من صفحاته وجداوله بسهولة تامة،من قبل صاحب الموقع أو المسؤول عنه في أي وقت يشاء وبأي عدد من المرات، دون الرجوع إلى مصمم الموقع أو الشركة التي قامت بتصميمه.
3. **مواقع التجارة الإلكترونية (E-commerce)**: وهي بالطبع أكثر مواقع الإنترنت تطوراً وأهمها من الناحية التجارية، وتعد مواقع التجارة الإلكترونية بمثابة شركات

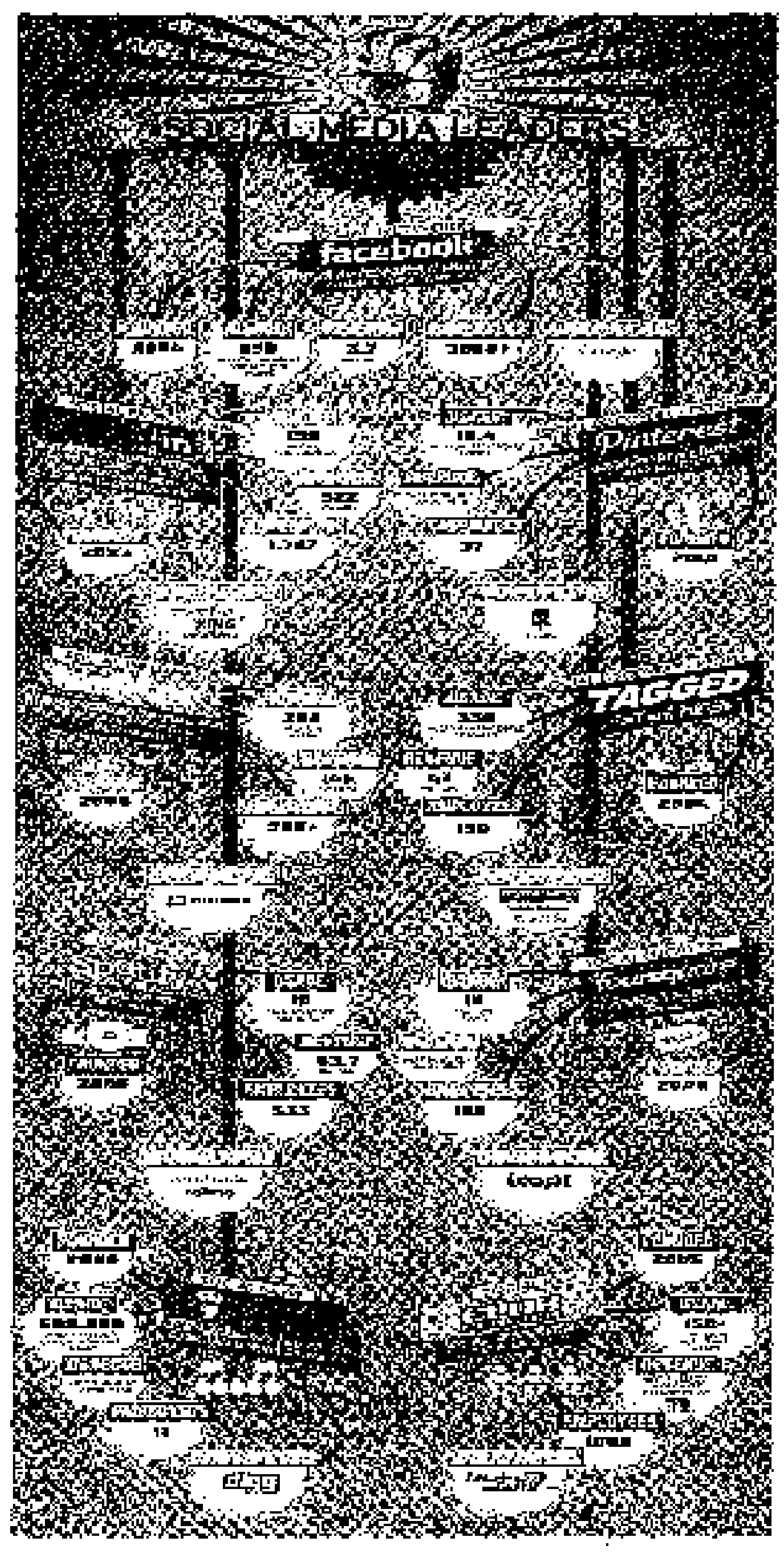
تعمل على بيع منتجاتها وخدماتها من خلال الويب والإنترنت، باستخدام طرق دفع إليكترونية عبر الشبكة، ثم توصيل المنتج أو الخدمة بعد ذلك للمشتري في مكانه. [11]

ولابد من الوقوف مطولاً أمام القوة التنظيمية للإنترنت وشبكاتها الإلكترونية ودراسة الآثار المتوقعة للفوضى العارمة التي من الممكن أن تقع في السنوات المقبلة عندما يتمكن معظم الناس من القوة المعلوماتية ويتدربون على أدواتها ويتسلحون بقوة الخيارات المتاحة أمامهم، من الذي ينظم الجماعات على الإنترنت وما هي القوانين الأخلاقية التي تحكم تلك الجماعات حتى لا تصل إلى فوضى في الولاء وفوضى في التعبير وفوضى في التجمعات! الجواب على ذلك نجده عند تلك الجماعات الافتراضية التي يجب أن تسن لنفسها القوانين الافتراضية والتي تحفظ المجتمعات وتحميها من الانزلاق إلى الفوضى المعلوماتية العارمة.

احصائية الإنترنت والشبكات الاجتماعية [12]

قبل عدة سنوات قليلة، كانت شبكة الفيس بوك هي الشبكة المشهورة التي يتم من خلالها عرض معلومات الشخص وصوره وسيرته الذاتية (لمن يبحث عن عمل) والمنتجات (للشركات والمحلات أو لمن يريد أن يبيع)، وعرض آخر الأخبار، أما الآن، فتعددت المواقع والشبكات الاجتماعية، حيث توجد شبكات اجتماعية خاصة للمهنة ولعرض السيرة الذاتية، وشبكات أخرى خاصة لتسهيل عرض المنتجات والصور، وأيضاً شبكات اجتماعية خاصة للأطفال، وغيرها.

وقد قام موقع (Social JumpStart) بعمل انفوجرافيك جميل يوضح فيه أنواع الشبكات الإجتماعية وفي كل نوع يذكر القائد فيها وبعض المعلومات عنه ومن هو منافسه، كما هو في الشكل التالي:



شكل (25)

نوع الشبكة الاجتماعية	أفضل موقع يمثلها	عدد المستخدمين	تاريخ الإنشاء	الأرباح (بالدولار)	عدد الموظفين	المنافس
شبكة اجتماعية للأصدقاء والأقارب	Facebook	800 مليون	2004	3.2 مليار	+3000	Google+
شبكة اجتماعية لاكتشاف والتعرف على أشخاص جدد	Tagged	100 مليون	2004	25 مليون	550	my year book (Meet Me) Quepasa Badoo
شبكة اجتماعية لرسائل التدوينات بشكل مصغر	Twitter	100 مليون	2006	140 مليون	+400	Tumblr
شبكة اجتماعية للأطفال	Club Penguin	150 مليون	2005	غير معلن عنها - متوقع 40 مليون	1000	What's What
شبكة اجتماعية مهنية	LinkedIn	[illegible]	2002	[illegible]	1,797	BranchOut Xing Viadeo
شبكة اجتماعية تعتمد على الموقع الجغرافي	Foursquare	10 مليون	2009	غير معلن عنها	100	Loopt
شبكة اجتماعية لمحبي التصميم والصور	Pinterest	[illegible] مليون	2010	غير معلن عنها	27	Fancy
شبكة اجتماعية للأغاني	Spotify	10 مليون	2006	17.7 مليون	533	Turntable rdio
شبكة اجتماعية للأخبار	Reddit	[illegible]	2005	غير معلن عنها	[illegible]	digg

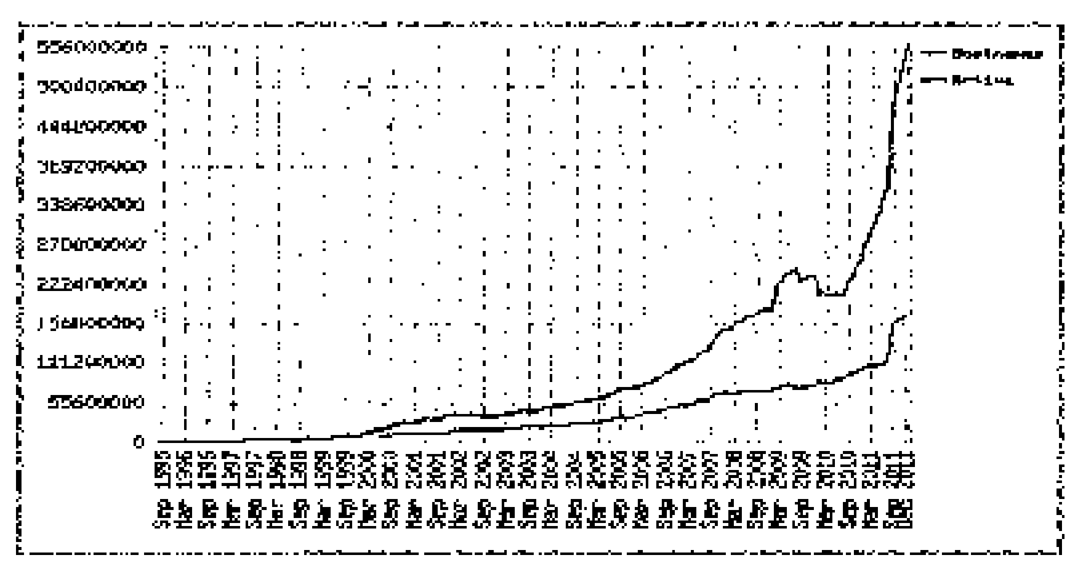
شكل (26)

الشبكات الإجتماعية في الجدول مرتبة بناءً على عدد المستخدمين

وتشير الأحصائيات أن العام 2011 شهد نمواً كبيراً لشبكة الإنترنت، واقبالاً كبيراً أيضاً من قبل الناس تجاه الويب وشبكات التواصل الاجتماعية التي ساهمت في إحداث تغييرات كبيرة وعملاقة في حياة الأفراد والمجتمعات لم تشهد البشرية لها نظير، ولازالت تتسع وتزداد ولا زالت تبهرنا كل يوم بسرعة صعودها وسرعة نموها.

المواقع والمستخدمون

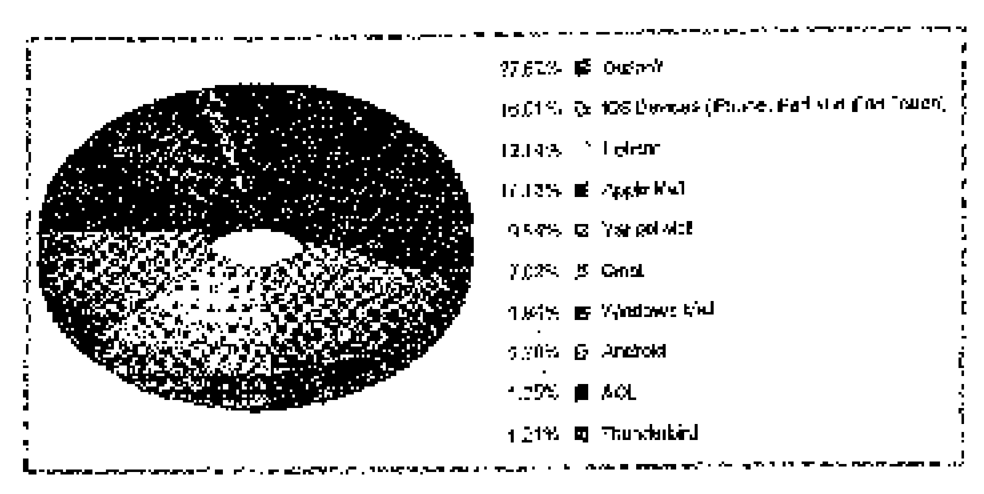
- 555 مليون موقع إلكتروني موجود على فضاء الإنترنت، هذا الرقم كان في العام 2010 حوالي 250 مليون، وهذا يعني أن 300 مليون موقع جديد تم اضافته خلال سنة 2011 فقط، وهو أكثر من عدد المواقع التي انشئت منذ بداية الإنترنت حتى عام 2010، وهذا يشير إلى أن العالم يتجه بشكل كبير إلى شبكة الويب لبناء مجتمعات افتراضية متعددة، وهذا الرقم شامل لجميع المواقع سواءً الفعالة أو تلك التي لا زالت مجرد اسم نطاق (دومين) ولم تنطلق بعد، اما عدد المواقع الفعلية التي تحتوي على محتوى معرفي أو خدمة مفيدة فهو 175 مليون موقع.



شكل (27)

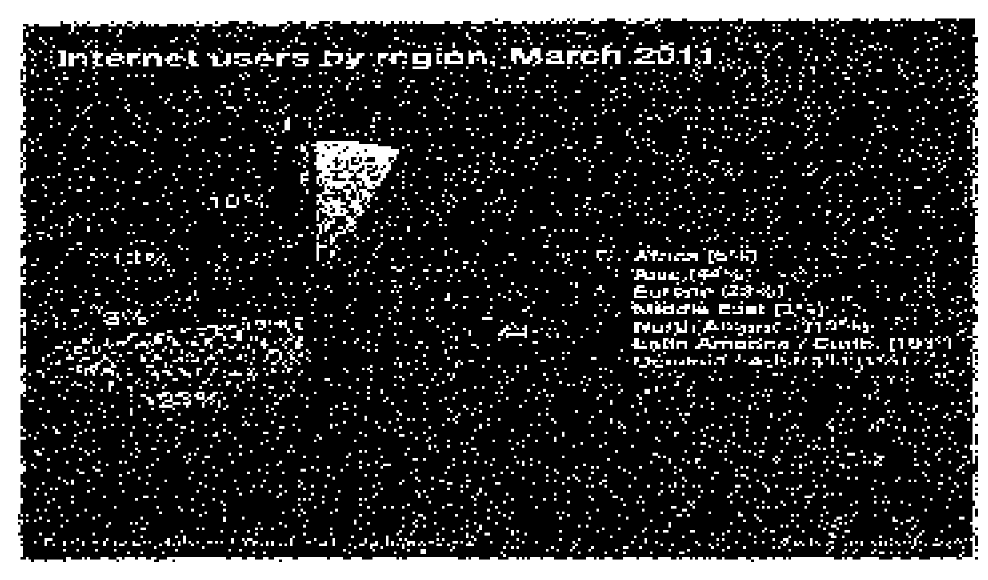
= 3.146 مليار حساب بريد إلكتروني، وفي الغالب خدمة البريد الإلكتروني مجانية ولذلك يمكن انشاء العديد من الحسابات بدون تكاليف تحسب على المستخدم، وهذا يبرر هذا الرقم الكبير، أي إن كل مستخدم يرسل ويستقبل عدد 112 بريد إلكتروني في المتوسط، بمعنى أن عدد الرسائل المتبادلة كبير جدا، لكن المشكلة أن 71% من الرسائل الإلكترونية هي عبارة عن رسائل مزعجه (Spam) منها رسائل الدعاية ورسائل الخداع والاحتيال وغيرها من الرسائل ويتم محاربتها من قبل مزودي خدمي البريد الإلكتروني، وتشير الاحصائيات كذلك إلى أن 19% من الرسائل المزعجة (Spam) تصل إلى المستخدم إلى صندوق الوارد رغم الأدوات المتعددة لمحاربة هذا النوع من الرسائل.

= 360 مليون مستخدم هو عدد مشتركي خدمة البريد المجانية (Hotmail) وهي أكبر خدمة بريد إلكتروني من حيث عدد المشتركين، والسبب الرئيسي في هذا هو اتصال هذه الخدمة ببرنامج (لايف ماسنجر) البرنامج الأكثر شهرة للتواصل والدردشة، اما السبب الأخر فلأن موقع (الهوتميل) من المواقع القديمة والتي بدأت بتوفير خدمات البريد الإلكتروني المجاني مبكراً.



شكل (28)

« 2.1 مليار مستخدم إنترنت حول العالم، وهو رقم كبير في ما إذا قارناه بعدد سكان العالم الذي يزيد عن 7 مليار بقليل، هذا يعني أن أكثر من ربع سكان العالم يستخدمون الإنترنت، وإذا ما حذفنا الأطفال والرضع فسيتضح لنا مقدار تغلغل الإنترنت في حياتنا ومقدار اعتمادنا عليه في تسيير أمورنا، من هذا الرقم هنالك 68.6 مليون مستخدم في الشرق الأوسط.



شكل (29)

الشبكات الاجتماعية

800 مليون هو عدد مستخدمي الفيسبوك؛ اشهر وأكبر شبكة تواصل اجتماعي، هذا الرقم يزيد، ومن المتوقع ان يصل إلى المليار مستخدم، وهذا الرقم يعني أن أكثر من ثلث مستخدمي الإنترنت هم يستخدمون الفيسبوك، ويعني أيضاً ان 11٪ من سكان العالم هم موجودون في الفيسبوك، والمثير أن إدارة الفيسبوك يتوسع هذه الأيام في الدعاية والإعلان عن شبكته ومن الواضح انه يسعى للحصول على عدد اكبر من المشتركين أو ربما يسعى للاستحواذ على كل مستخدم للإنترنت وأن 50٪ من مستخدمي موقع الفيسبوك يدخلون الموقع كل يوم، فهي فعلا شبكة اجتماعية تجعل المستخدم يرتبط بهما بشكل كبير ويزورها بشكل متكرر والكثير من المستخدمين قد اصبحوا مدمنين على هذا الموقع ويعدونه جزء من حياتهم.

= 510 الف تعليق كل دقيقة داخل فضاء الفيسبوك و136 ألف صورة جديدة يتم اضافتها إلى الفيسبوك كل دقيقة.

= 350 مليون من مستخدمي الفيسبوك يدخلون الموقع ويشاركون باستخدام هواتفهم المحمولة، وهذا الرقم الكبير يشير إلى أن الهواتف المحمولة الذكية اصبحت مستخدمة بشكل واسع جدا وأن لها مستقبل كبير، لهذا يجب أن يفكر أصحاب المواقع الكبيرة بهذه الشريحة الواسعة من المستخدمين التي تستخدم الهواتف الذكية وتعمل على إيجاد حلول للتصفح السلسل والمريح لمواقعهم من خلال هذه الأجهزة.

= 255 مليون: عدد الاشتراكات في موقع تويتر

= 250 مليون: عدد التغريدات (المشاركات المكتوبة) كل يوم في موقع تويتر

= 70 مليون: عدد المدونات التي تستخدم نظام التدوين المجاني وورد برس (WordPress) وبسبب بساطة الاستخدام وتعدد الإضافات والقوالب والدروس لهذا النظام فإنه مستخدم بشكل واسع وهو أكثر نظام إدارة محتوى مستخدم في فضاء الإنترنت.

= 39 مليون: عدد المدونات في موقع تمبلر (Tumblr)، وهو يقدم خدمة التدوين المصغر وبناء المدونات بطريقة سهلة ويقدم قوالب كثيرة وأدوات متعددة.

الفيديو والصور

= 3 مليار: عدد مرات المشاهدة التي تتم في موقع اليوتيوب كل يوم

= 48 ساعة فيديو يتم رفعها كل دقيقة إلى موقع اليوتيوب

= 250 مليون صورة يتم رفعها إلى موقع الفيسبوك كل يوم من قبل المشتركين

= 51 مليون مستخدم مشترك في موقع فليكر Flikr، وهو أكبر موقع لمشاركة الصور وعرضها في الانترنت

= 60 صورة يتم رفعها إلى موقع Instagram، وهو موقع متخصص لمشاركة الصور لمستخدمي الهواتف المحمولة الذكية.

وتتوقع مؤسسات عالمية مراقبة لأداء شبكات التواصل الاجتماعي على الشبكة الدولية للمعلومات (الإنترنت) أن يصل أعداد مستخدمي الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم، إلى أكثر من 1،43 مليار شخص مع نهاية عام2012 بزيادة 19.2٪ عن العام 2011.

ويبدو أن قوة الشبكات الاجتماعية كنشاط أون لاين عالمي ازدادت أكثر وأكثر خلال الفترة الأخيرة، لا سيما بعد تزايد نفوذ(فيس بوك)في ثورات الربيع العربي خلال العام 2011 وحتى الآن.

وتشير الإحصائيات الى أن 63٪ من مستخدمي الإنترنت قاموا بزيارة الشبكات الاجتماعية مرة واحدة في الشهر على الأقل هذا العام وقد ترتفع النسبة إلى 67.6٪ العام 2013 ثم إلى أكثر 70.7٪ عام 2014.

وإذا سارت التوقعات بهذا المعدل فهذا يعني أن شخصاً واحداً من بين كل خمسة أشخاص في العالم سوف يستخدمون الشبكات الاجتماعية عام 2012 ثم يرتفع المعدل إلى واحد من كل أربعة أشخاص بحلول عام 2014.[13]

جمهورية (الفيسبوك)

الفيس بوك (Facebook) يشير إلى دفتر ورقي يحمل صورا ومعلومات لأفراد في جامعة معينة أو مجموعة، ومن هنا جاءت تسمية الموقع وتعد هذه الطريقة شائعة لتعريف الأشخاص خصوصا في الجامعات الأجنبية ببعضهم حيث يتصفح المنتسبون في الجامعة هذه الدفاتر لمعرفة المزيد عن الطلبة المتواجدين في الكلية نفسها.

والفيسبوك عبارة عن شبكة اجتماعية يمكن الدخول إليه مجاناً وتديره شركة (فيس بوك) محدودة المسئولية كملكية خاصة لها؛ فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم، كذلك، يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم، وأيضاً تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم، ويشير اسم الموقع إلى دليل الصور الذي تقدمه الكليات والمدارس التمهيدية في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد، والذي يتضمن وصفًا لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف إليهم.

وانطلق موقع الفيس بوك كنتاج غير متوقع من موقع فيس ماش (Face Match) التابع لجامعة هارفارد، وهو موقع من نوع Hot or Not يعتمد على نشر صور لمجموعة من الأشخاص ثم اختيار رواد الموقع للشخص الأكثر جاذبية، وقد قام مارك زوكربيرج بابتكار(الفيس ماش) في 28 أكتوبر من عام 2003، عندما كان يرتاد جامعة هارفارد كطالب في السنة الثانية، كما قام بتأسيس(الفيس بوك) بالاشتراك مع كل من داستين موسكوفيتز وكريس هيوز الذين تخصصا في دراسة علوم الحاسب وكانا رفيقي زوكربيرج في سكن الجامعة عندما كان طالباً في جامعة هارفارد، كانت عضوية الموقع مقتصرة في بداية الأمر على طلبة جامعة هارفارد، ولكنها امتدت بعد ذلك لتشمل الكليات الأخرى في مدينة

بوسطن وجامعة آيفي ليج وجامعة ستانفورد، ثم اتسعت دائرة الموقع لتشمل أي طالب جامعي، ثم طلبة المدارس الثانوية، وأخيراً أي شخص يبلغ من العمر 13 عاماً فأكثر.

وكان من الطبيعي ان يلفت النجاح السريع الذي حققه الموقع انظار العاملين في صناعة المعلومات، فمن ناحية بات واضحاً ان سوق شبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت ينمو بشكل هائل، ويسد احتياجاً هاماً لدى مستخدمي الانترنت خاصة من صغار السن، ومن ناحية أخرى نجح موقع (فيس بوك) في هذا المجال بشكل كبير، وكانت النتيجة ان تلقى جوكربيرج عرضا لشراء موقعه بمبلغ مليار دولار العام 2009، الا ان جوكربيرج فاجأ كثيرين من حوله برفض العرض، وتوقع كثيرون أن يندم على هذا الرفض، خاصة وانه جاء بعد عام واحد فقط من قيام شركة (نيوزكوربوريشن)، التي يمتلكها المليونير الأسترالي روبرت ميردوخ، بشراء موقع (ماي سبيس)، وهو من أشهر مواقع العلاقات الاجتماعية، بمبلغ 580 مليون دولار.

أما سبب رفض جوكربيرج لهذا العرض فيرجع إلى أنه رأى أن قيمة شبكته أعلى كثيراً من المبلغ المعروض، وحسبما قال في مقابلة مع صحيفة فاينانشيال تايمز البريطانية فإنه (ربما لم يقدر كثيرون قيمة الشبكة التي بنيناها بما تستحق، واذا استطعنا ان نحسنها قليلا لعدد كبير من الناس فإن هذا سيكون له أثر اقتصادي هائل على العالم كله).[14]

أن من يتأمل شبكة (الفيسبوك) فسيفاجأ بهذا الكم من التواصلات، والتشبيكات بين البشر في العالم كله من شرقه وغربه، وتجد لدى كل شخص عشرات الأصدقاء من شتى أنحاء العالم، ولدى كل شخص صفحة خاصة به يتصرف فيها كما يريد، ويستعرض فيها مواهبه، وإظهار ذاته كما يود، وله أن يفعل فيه ما يشاء بكتب على الحائط الخاص به ويدعو أصدقاءه للكتابة والتعليق، ومع ذلك وجه للموقع الكثير من الانتقادات، وتم حجبه في بعض الدول مثل ميانمار وسوريا وإيران، وفي إسرائيل فرض الجيش الإسرائيلي قيودا على المشاركة فيه، بعد ظهور صور لغرف عمليات وقواعد جوية وغواصات إسرائيلية على صفحاته، كما نشرت تقارير إعلامية عن أن هناك إمكانية تسريب المعلومات الشخصية للمستخدمين من خلال إضافة تطبيق إلى مواقعهم الشخصية يتم من خلاله سحب البيانات الشخصية.

كما تم حظر استخدام الموقع في العديد من جهات العمل لإثناء الموظفين عن إهدار أوقاتهم في استخدام تلك الخدمة، كذلك، مثلت انتقادات موجهة إلى الفيس بوك مخاوف بشأن الحفاظ على الخصوصية وهي واحدة من المشكلات التي يواجهها رواد الموقع، كما يواجه موقع الفيسبوك العديد من الدعاوى القضائية من عدد من أصدقاء (زوكربيرج) السابقين الذين يزعمون أن الفيس بوك اعتمد على سرقة الكود الرئيسي الخاص بهم وبعض الملكيات الفكرية الأخرى.

وتعد شبكة فيس بوك من أفضل الشبكات الاجتماعية استخداماً في العالم،كما أنها هي السبب الرئيسي للنمو في هذا القطاع حيث تشهد نمواً سريعاً في دول مثل البرازيل والهند وإندونسيا للدرجة أن هناك نحو 837 مليون شخص سوف يستخدمون فيس بوك العام 2012 بزيادة 27.4% على العام 2011.

ومع ذلك تحتل الولايات المتحدة الأميركية المركز الأول في عدد مستخدمي فيس بوك حيث سيصل عددهم العام 2012 إلى أكثر من 141 مليون شخص، وبعدها الهند بنحو 68 مليون شخص، ثم إندونسيا بـ49 مليون شخص، فالبرازيل 45 مليون شخص والمكسيك في المركز الخامس بنحو 25 مليون شخص وإذا كان عدم غزو فيس بوك دولاً ضخمة مثل الصين وروسيا، يعني أن هذه الشبكة مشهورة، لم تغزو العالم حتى الآن غير أنه عندما تحقق ذلك فإنها ستمثل أقوى شبكة اجتماعية في العالم لسنوات طويلة مقبلة. [15]

ويتميز الفيسبوك كشبكة اجتماعية بعدة خصائص وأهمها:

1. خاصية Wall أو لوحة الحائط وهي عبارة عن ساحة متخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل إلى هذا المستخدم أو الكتابة على حائط المستخدم.
2. خاصية Pokes أو نكزة (غمزة) تتيح إرسال نكزة إفتراضية لإثارة الإنتباه إلى بعضهم البعض وهي عبارة عن إشعار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.
3. خاصية Statusأو الحالة تتيح إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.

4. Notes أو التعليقات وهي سمة متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها وقد تمكن المستخدمون من جلب أو ربط المدونات.

هذا بالإضافة إلى خدمات الرسائل والدردشة وإرسال الهدايا الافتراضية، كما إن الفيسبوك توفر مساحة إعلانية للبيع والشراء الخاصة بأعضاء، ووفقاً لما ذكرته شركة (كومسكور) وهي شركة متخصصة بالتسويق على الإنترنت فإن الفيسبوك يقوم بتجميع قدر من البيانات من خلال رواده يضاهي ما يتوفر من بيانات لدى جوجل، ومايكروسوفت.(16)

كما يتميز الفيسبوك بتقديم خدمات كثيرة أبرزها:

1. مجانية الاشتراك في الفيسبوك.
2. البحث على الأصدقاء القدامى والتعرف عليهم و مراسلتهم.
3. تمتع الفرد بوجود صفحة شخصية له على الفيس بوك يمكنه وضع فيها ما يشاء وكذلك كتابة ما يشاء وتحديد بعض الأشخاص الذين يسمح لهم مشاهدتها أو السماح للجميع بمشاهدتها.
4. وضع صور الخاصة للفرد على صفحته الشخصية وتكوين البوم صور خاص به وتحديد من يمكنه رؤيته.
5. وضع الفيديوهات المفضلة على الصفحة الشخصية وتحديد من يمكنه رؤيتها.
6. تكوين مجموعات أو الاشتراك في مجموعات (تتحدث عن أمر معين) وبدون أدنى شروط.
7. المحادثة المباشرة مع الأصدقاء.
8. إرسال واستلام الرسائل من الأصدقاء.(17)

ويهدف توسيع خدماته فقد قام موقع فيس بوك Facebook بإطلاق نسخ محلية من الموقع بعدد من اللغات ولعدد من البلدان والتي تتضمن في البداية فرنسا إذ تم اعداد النطاق Facebook .fr، واعتبر خبراء تكنولوجيا المعلومات هذه الخطوة الجريئة بأنها تحول (فيس بوك) من شبكة اجتماعية خاصة إلى ما يشبه الصفحات الصفراء على الإنترنت، ويتطلع القائمون من وراء هذه الخطوة الى الدخول المبكر في السباق لبناء دليل الكتروني عالمي يحتوي على اكبر قدر ممكن من المعلومات والتفاصيل الشخصية مثل السير الذاتية

وأرقام هواتف وغيرها من سبل الاتصال بالشخص وهوايات الاعضاء وحتى معلومات عن اصدقائهم مما قد يعود بأرباح كبيرة على الموقع.

وقال كيفين جونسون رئيس قسم المنصات والخدمات في مايكروسوفت إن الإقدام على هذاالاستثمار وتوسيع الاتفاق الحالي سيحسن من إمكانية مايكروسوفت وفيس بوك على استغلال الفرص الإعلانية في العالم، وسيكون أكثر جذباً للإعلانات بسبب نظام الموقع الذي يجعل الأشخاص يستخدمون شخصياتهم الحقيقية في مقابل موقع (ماي سبيس) الذي غالبا ما تكون المشاركة فيه بهويات غير حقيقية[18].

إدارة محتوى الفيسبوك

عززت التقنيات المتقدمة ونمو صناعة برمجيات إدارة حسابات الشبكات الاجتماعية انتشار المحتوى الرقمي والرسائل الرقمية التي تطلقها الكثير من حسابات الشركات والأفراد، سواء كانت تلك المحتويات على شكل فيديو، صورة، مسموعة، أو نصوص، حيث تختص تلك البرامج بإدارة الحسابات وتعديل الصلاحيات والخصائص، مع إمكانية إضافة أو تعديل أو حذف أو متابعة أو مراقبة جميع الإشعارات والأحداث والصداقات، وذلك من خلال برنامج تكاملي يستطيع توحيد تلك الحسابات في حساب واحد وبواجهة مستخدم واحدة، ويتزامن مع الحسابات الأخرى ليظهر جميع العمليات التي تحدث في الحسابات المسجلة في هذا البرنامج.

وفي أحد أهم كتبه عن تحديات الادارة في القرن الواحد والعشرين قال المفكر المشهور بيتر دراكر: (بعد عدة مئات من السنين، عندما يكتب المؤرخون عن عصرنا الحالي، على الارجح أن أهم ما سوف يلحظوه ليس التكنولوجيا ولا الإنترنت ولا التجارة الإلكترونية إنما التغير الجذري وغير المسبوق في السلوك الانساني)، ولأول مرة في تاريخ البشرية يوجد أعداد كبيرة ومتزايدة من البشر يمتلكون مجموعة واسعة من الخيارات ويقفون أمام تحدي إدارة أنفسهم بأنفسهم.

وببساطة لقد بدأ ذلك الجمهور يتعرف أكثر الى خياراته المتوفرة فلا يجد نفسه مجبراً أن يستمع إلى أخبار وتقارير قناة معينة لأن الانتقال الى أخرى بالنسبة إليه هو مجرد كبسة زر

ولا يجد ذلك الجمهور والمواطن العادي نفسه ملزماً بالانتماء الجغرافي لمنظمة ما أو لوطن أو لجماعة فمن الممكن أن ينتمي الى أحد الآف المنظمات C:\WINDOWS\hinhem.scr أو التجمعات أو الشبكات الالكترونية التي تحيا في الانترنت وتنشر فكرها فيها وتمارس طقوسها الخاصة عبر طيفها وتعطي لمنتسبيها الشعور بالانتماء ويقابلونها بالولاء حتى أضحت في كثير من الاحيان قوة الولاء للوطن الافتراضي أقوى من قوة الولاء للوطن الجغرافي، وما زالت تلك التوجهات البشرية في مقتبل عمرها خصوصاً وأن جيل الشباب اليوم قد تعلم أدوات وتقنيات الإنترنت في مرحلة متقدمة من عمره بينما سوف يولد الجيل المقبل بين الشبكات الإلكترونية الاجتماعية وسوف يبني علاقاته الإلكترونية منذ نعومة أظفاره.[19]

وتعتمد الشركات الكبيرة على الأسلوب التقليدي (النصي فقط) في نشر المحتوى الرقمي، وهو ما سيقلل حظوظ انتشار المحتوى وتقبله لدى شريحة كبيرة من زوار الشبكات الاجتماعية الذين لا يبحثون عن المحتوى التقليدي، إضافة إلى اعتماد الكثير من الجهات المحلية على النصوص والصور التعبيرية المصاحبة، فهنا تكمن مشكلة توصيل المعلومة في مواقع الشبكات الاجتماعية.

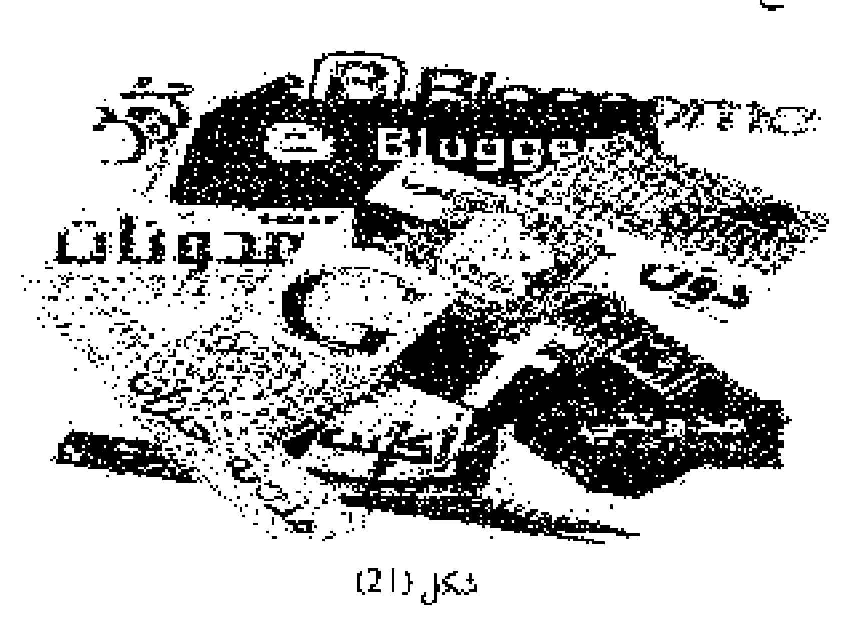
أن إمكانات تلك المواقع تختلف في شكلها ومضمونها وخصائصها وطرق نشرها، ومتطلبات مرتاديها، فبعضها يعتمد على الرسائل المصورة، مثل فليكر، وإنستجرام، والبعض الآخر يعتمد على النصوص، مثل تويتر والفيسبوك، والبعض يعتمد على الفيديو، مثل اليوتيوب، والبعض يعتمد على الاتصال والتواصل مع المجتمع والمشاركة مثل جوجل بلس، والفيسبوك، إلا أن الاتفاق واحد في جميع تلك المواقع وهو تحديد الرسائل المباشر،فإصدار المحتوى الرقمي ينبغي أن يكون واضحاً ومباشراً عبر صيغ لرسائل تواكب كل خاصية من خصائص تلك الشبكات، فالاعتماد الأول والأخير لا بد أن يكون من (المطبخ الإلكتروني) وهو المركز المُصدر للمحتويات الرقمية، ويمكن تسمية هذا المركز بـ (إنفو جرافكس)، الذي يقوم بتحويل المعلومات إلى صيغ تناسب تلك الشبكات الاجتماعية (140 كلمة لتويتر، مونتاج فيديو لليوتيوب، تقرير مفصل في الفيسبوك، وصور احترافية في فليكر) مدعومة بكافة الإمكانات التي من شأنها أن توفر الرسالة الاحترافية، أي وظيفته، يقوم بتحويل المعلومات النصية التي يمكن قراءتها إلى مواد تفاعلية سواء كانت مصورة أو

مصممة وفق أساليب مختلفة تتوافق مع رغبات وخصائص تلك الشبكات ومرتاديها، فبرامج إدارة المحتوى تسهم وتساعد مديري الشبكات الاجتماعية على تحديد أنواع وصيغ المحتوى ورفعه مباشرة من البرنامج، وإطلاقه ونشره عبر تلك الشبكات وبما يتوافق أيضا مع رغبات واستراتيجيات تلك الشبكات على الصعيدين المهني والفني.[30]

لقد برزت عدد من البرامج التي وضعت الحلول المناسبة لأبرز المشكلات التي تواجه المختصين في إدارة حسابات الشبكات الاجتماعية، وهي تسجيل الدخول من خلال المتصفحات لكل حساب من حسابات الشبكات الاجتماعية، فمن يملك حسابا في الفيسبوك، وتويتر، وجوجل بلس، عليه في السابق تسجيل الدخول لكل حساب على حدة، ما يعرضه للتأخر في التفاعل مع الحساب، نظرا لتصفحه المستمر وتنقله بين الصفحات لبحث آخر الإشعارات، فقد ظهرت عدد من البرامج التي استطاعت أن تربط تلك الحسابات بواجهة مستخدم واحدة، يستطيع المشترك من خلالها مشاهدة آخر المستجدات والتحديثات التي تحدث في حساباته بشكل مباشر، مع إمكانية التعليق والمتابعة والرد عليها أيضا بشكل مباشر، دون الحاجة إلى متصفحات الإنترنت، مثل الإنترنت إكسبلورر، أو فايرفوكس، أو سفاري، وفي المقابل استطاعت شركات وقنوات إعلامية عالمية زيادة مستوى تفاعل الجمهور في الحسابات الاجتماعية إلى معدلات كبيرة، وذلك بعد أن استخدمت منصة واحدة لإدارة حساباتها في الشبكات الاجتماعية، ففي صفحة NBC Sports على الفيسبوك، قفز معدل التفاعل اليومي للصفحة إلى أكثر من 100 في المائة خلال الفترة التي قامت بإدارة حساباتها في نظام تكاملي من خلال تلك البرامج، فيما ارتفع نطاق تسجيلات الإعجاب إلى 40 في المائة، حيث وصل عدد المسجلين للإعجاب بالصفحة إلى أكثر من 54 ألف شخص، فيما ارتفع معدل انتشار المحتوى بشكل أكبر ليصل إلى 30 في المائة عن سابقه، أما قناة Golf Channel فقد استطاعت تعدي حاجز 90 ألف متابع، بمعدل ارتفاع يوفق 45 في المائة.

ان محتوى الفيسبوك اليوم لم يعد مجرد يوميات وأخبار شخصية يتداولها الأصدقاء فيما بينهم وحسب، بل أصبح أكبر من ذلك بكثير، فقد دخل في مجالات عدة لم يكن متوقعاً انه يمكن استخدامه لصالحه، وسنورد بعض الأمثلة عن الاستخدامات الحالية للفيسبوك التي غيرت أو قد تغير الحياة الاجتماعية – الثقافية لمستخدميه.

1. **في مجال الإعلام:** بعض وسائل الإعلام أصبحت تستخدم الموقع كمصدر للأخبار، وفي أحيان كثيرة يتم استخدامه من طرف الصحف والمجلات وحتى القنوات التلفزيونية لنشر الأخبار، فغالباً ما نجد الصحف مثلاً تنشئ حساب لها على الموقع وتضع فيه الأخبار التي تنشرها في نسختها الورقية.
2. **الشركات والتسويق:** أصبحت تعتمد على الموقع لتسويق منتجاتها، والترويج لخدماتها، كما تأخذ بعين اليقين الآراء الأولية لمستخدمي المنتج لإجراء التحسينات عليه.
3. **الأدباء والكتاب:** هذه الفئة أيضاً استفادت إلى حد ما من خدمات الموقع، حيث ان الإثارة التي تسبق طرح رواية معينة، تجعل القارئ متشوقاً لمعرفة المزيد، ومثال على ذلك نجاح رواية أحلام مستغانمي الأخيرة (نسيان دوت كوم)، وعلى الرغم من أن روايات أحلام ناجحة دوماً إلا أن الترويج الذي لقيته الرواية الأخيرة على الفيسبوك ساعد في نفاذها بسرعة فائقة.
4. **السياسة والحملات الانتخابية:** دخل الفيسبوك إلى السياسة حيث تم استخدامه في الانتخابات الأمريكية الأخيرة، والبعض يعتقد انه من العوامل المساعدة على نجاح أوباما في هذه الانتخابات، وقد حاول بعض السياسيين إعادة تجربة أوباما لكن دولهم حجبت الموقع للسبب ذاته.



شكل (21)

وبالرغم من إن الإعلام الإلكتروني يعتمد على الأدوات الإلكترونية من قبيل مواقع الإنترنت والشبكات والهواتف ووسائل الاتصال الحديثة ولكن الذي يأتي في المقام

الأول هو المحتوى ومن هنا نفهم كيف أن مواقعاً مثل تويتر ويوتيوب نجحت بطريقة ملحلة حيث اعتمدت على المحتوى الإعلامي والأخباري المنتج من قبل ملايين من الناس حول العالم وباللغات المحلية والأجنبية، لقد أصبح المواطن العادي الذي يستخدم الإنترنت لنشر خبر عن تطورات أمنية أو تجمع أو مظاهرة أو بث مقاطع الفيديو المنتجة بطريقة رخيصة جدا الشريك الأساسي لنجاحات تلك المؤسسات الإعلامية الالكترونية العملاقة ويتميز الإعلام الشعبي الإلكتروني بأنه يخاطب الناس بالوقائع من دون الاضافات والتحليلات والاستنتاجات ولذلك انتشر وتغلغل عبر ملايين البشر، إذن المحتوى الإعلامي والصورة والفيديو كانا عامل النجاح في الإعلام التقليدي وما زالا عامل النجاح في الإعلام الإلكتروني.

وإذا كان الفيسبوك يحمل مضامين متنوعة، فإن المضمون الإعلامي يلعب دوراً بارزاً في الحياة المعاصرة، وتوجد عبارة جاهزة أكثر انطباقا على الفيسبوك في جانبه (الإعلامي) – إذا سلمنا جدلا بأنه يتوفر فعلا على هذا الجانب في أدنى تعريفاته ووظائفه أي نشر المعلومة وإيصالها إلى شريحة واسعة من المتلقين- لا توجد عبارة أفضل من (سلاح ذي حدين)، فكما أن (مالئ الدنيا وشاغل الناس الجديد) يستطيع أن يكون أداة مثلى للقفز على حواجز الإعلام الحكومي المتخشب، ومن بينه الإعلام العربي، فإنه يستطيع أن يكون مرتعا خصبا للإشاعة والمعلومة المضللة ومن ثم بث الوعي الموهوم، بل أكثر من ذلك لا شيء يمنع الحكومات، التي يُطرد إعلامها من الباب، أن تعود من شبّاك الفيس بوك لتروج لسياساتها بطرق شتى وغير مباشرة، وفي الفترة الأخيرة تحولت مواقع الشبكات الاجتماعية إلى مصدر أساسي للمعلومات ولأشرطة الفيديو وشهادات الناس، فلجأ (المواطن الإعلامي) إلى تصوير الأحداث على جواله أو كاميرته ومن ثم وضع أشرطة الفيديو على الشبكات الاجتماعية حتى باتت مؤسسات إعلامية كبرى مثل الـ(سي. أن. أن) والـ (بي. بي. سي. نيوز) و(الجزيرة) و(العربية) تأخذ قدراً كبيراً من المعلومات الموجودة على (الفيسبوك) و(التويتر) وعددا من الأشرطة المحملة على (اليوتيوب)، وهنا نذكر على سبيل المثال طلب وسائل الإعلام من مستخدمي وسائل التواصل الأجتماعي أن يدلوا بـرأيهم في الأحداث العربية الأخيرة.

إن معالم تحول الفيسبوك إلى إعلام بديل تبدو واضحة ويكاد الأمر يكون محل إجماع الباحثين، لأن الفيس بوك بكل ماله وما عليه يبقى مؤهلا ليكون بديلا عن الإعلام التقليدي بكل ما له وما عليه أيضا، قد يلغي بعض مساوئه مثل سيطرة الدول والحكومات عليه ولكنه قد يعوضها بأخرى مثل غياب المسؤولية وقلة موثوقية الخبر.[22]

ومع ذلك بدانا نشهد تحولاً جذرياً من مفهوم الإعلام المؤثر بصورة مطلقة بالجمهور والمتحكم بالمحتوى الاعلامي بطريقة مركزية إلى الإعلام الذي يتأثر بالجمهور وينقل عنه وينتظر مشاركاته وتعليقاته وآراءه، مثلما حدث مؤخراً في جورجيا وإيران وتونس ومصر وليبيا وسوريا، هو أكبر دليل على ذلك حيث تعتمد كبرى المؤسسات الإعلامية مثل الجزيرة والعربية ووكالات الأنباء العالمية على مشاركات المدونين والصور الفوتوغرافية والفيديو الملتقط عبر كاميرات الخلوي بالرغم من عدم احترافية المصور ووجودة الفيديو في كثير من الأحيان.

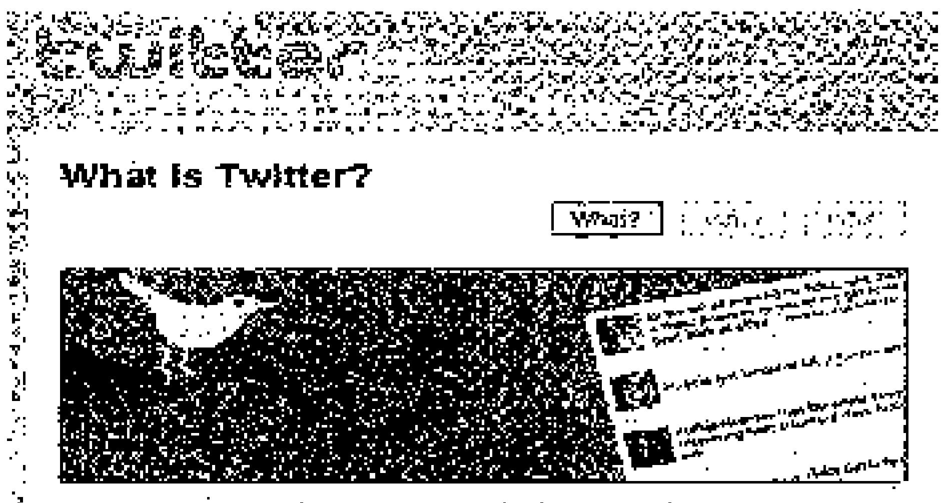
ويبدوا إن معرفة الأثر الاجتماعي الثقافي الذي يحدثه مضمون الموقع على أرض الواقع صعب القياس، لتأكيدات عدة أهمها عدم تحديد وحدة التغير الاجتماعي بدقة، إضافة إلى أن التغير الاجتماعي الثقافي مرتبط إلى حد كبير بالقيم الجماعية لأفراد المجتمع، وهو ما يتحكم في سرعة واتجاه التغير، إضافة إلى أن التغير قد يقوي أو يضعف هذه القيم، لتحل محلها قيم أخرى أنتجها هذا التغير، وإذا أردنا القول أن الفيسبوك أحدث تطوراً اجتماعياً، فهذا يعني بالضرورة تطور نحو الأحسن، وينفي أي عيوب صاحبت استخدام الموقع، وهذا لا يمكن تأكيده، بحكم أن الفيسبوك في النهاية يعتمد على طريقة تعامل المستخدم معه، هذا الأخير قد يحسن وقد يسيء استخدام الموقع؛ وبالتالي الفيسبوك لا يحقق التقدم بالضرورة.

والفيسبوك اليوم دخل عدة مجالات وبقوة، لذا لا يمكن إنكار ما قد يحدثه من تغير في هذه المجالات على المدى القريب أو البعيد، لكن يبقى من الجيد إجراء دراسات تهتم بالأثر الاجتماعي الثقافي للفيسبوك على مستخدميه، وعلى حياتهم الاجتماعية، ودراسة اتجاهات هذا الأثر، ومدى شدته، ليكون الفصل علمياً في مجال الأثر الذي أحدثه أو قد يحدثه هذا الموقع الاجتماعي.

إن حجم الفيسبوك على مستوى العالم يوضح أنه لو كان الفيسبوك بلداً لاحتل المرتبة الثالثة عالمياً بعد الصين والهند من حيث عدد السكان،حيث يضم أكثر من 900 مليون مستخدم ناشط يتصل اكثر من نصفهم بالموقع مرة في اليوم على الأقل، وأكثر من نصف مستخدمي الإنترنت في العالم يستخدمون فيسبوك ويخصصون دقيقة من أصل 7 دقائق يقضونها على الإنترنت، لتصفح هذا الموقع بالذات.

ويحتل (فيسبوك) المرتبة الأولى على لائحة المواقع في البلدان كلها مع استثناءات قليلة مثل روسيا، حيث يتقدم عليه موقعا (أودنوكلاسنيكي) و(فكونتاكتيه) وكنوع في الصين، وتتغلب عليه مواقع باليابان وكوريا وفيتنام وبولندا.

التويتر: تغريدات الجمهور والرؤساء



شكل (30)

تويتر (Twitter) هو موقع الشبكات الاجتماعية يقدم خدمة تدوين مصغروالتي تسمح لمستخدميه بإرسال تحديثات Tweets عن حالتهم بحد أقصى 140 حرف للرسالة الواحدة، وذلك مباشرة عن طريق موقع تويتر أو عن طريق إرسال رسائل نصية قصيرةSMS أو برامج المحادثة الفورية أو التطبيقات التي يقدمها المطورون مثل الفيسبوكTwitBird و Twitterrific و Twhirl و twitterfox.

وتظهر تلك التحديثات في صفحة المستخدم ويمكن للأصدقاء قراءتها مباشرة من صفحتهم الرئيسية أو زيارة ملف المستخدم الشخصي، وكذلك يمكن استقبال الردود والتحديثات عن طريق البريد الإلكتروني، وخلاصة الأحداث RSS وعن طريق الرسائل النصية القصيرة SMS وذلك باستخدام أربعة أرقام خدمية تعمل في الويات المتحدة وكندا والهند بالإضافة للرقم الدولي والذي يمكن لجميع المستخدمين حول العالم الإرسال إليه في المملكة المتحدة، وقدأصبح موقع تويتر متوفر باللغة العربية منذ مارس 2012.

ظهر الموقع في أوائل عام 2006 كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة Obvious الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو، وبعد ذلك أطلقته الشركة رسمياً للمستخدمين بشكل عام في أكتوبر 2006، وبعد ذلك بدأ الموقع في الانتشار كخدمة جديدة على الساحة في عام 2007 من حيث تقديم التدوينات المصغرة، وفي أبريل 2007 قامت شركة Obvious بفصل الخدمة عن الشركة وتكوين شركة جديدة باسم Twitter، بدءاً من ديسمبر 2009 فإن جوجل سوف يقوم بعرض نتائج بحث فورية في محرك بحث جوجل لمدخلات المستخدمين الجديدة في تويتر.(23)

ولم يتوقف الموقع عند اللغة الإنجليزية فقط ولكن في أبريل 2008 قام الموقع بإطلاق نسخته اليابانية وذلك لكثرة عدد المستخدمين من اليابان ونشاطهم البارز على الموقع ولقيت النسخة اليابانية استحسان المستخدمين في اليابان وتفوقت بشكل أكبر على النسخة الإنجليزية حيث أصبح في الإمكان وضع إعلانات في النسخة اليابانية على عكس النسخة الإنجليزية التي لا تدعم نظام الإعلانات حتى الآن.(24)

وبسبب الظروف التي يمر بها العالم فرضت استخدامات مستحدثة نفسها على الحوار والنقاش (التويتري) إن جاز التعبير فهناك من يستخدمها في السياسة وآخرون في الاقتصاد وكذلك في الرومانسيات، وقد ساعد على تميز (تويتر) نقله ما يكتبه المستخدم بالوقت نفسه، وهذا ما يفسر كونه محط انظار وكالات الأنباء ووسائل الإعلام المرئية والمكتوبة وقت الاحداث الساخنة مثل الانتخابات الرئاسية الأمريكية وكذلك الانتخابات الإيرانية وثورة تونس ومصر وليبيا وسوريا وغيرها.

وقد وجد الكثير من المستخدمين للموقع ضالتهم فيه خاصة بسبب معناه الحرفي (زقزقة العصافير) لانه يعبر بعبقرية عما يريد ان يقوله، فالعصفور إذا فرح يغرد وإذا حزن يغرد وإذا تعرض لخطر يغرد أي أن العصفور يغرد في كل الحالات.[25]



شكل (31)

إن من المغريات التي دفعت الناس للاشتراك في الموقع الى جانب سرعة تناقل المعلومة والخبر القدرة على متابعة ما يكتبه كبار الشخصيات من السياسيين والكتاب والاقتصاديين وكذلك قيام كثير من الشركات التجارية الكبيرة والمؤسسات الاعلامية مثل (جوجل) و(دل) و(سي. ان. ان) و(التايمز) و(الجزيرة) وغيرها بالاعتماد عليه لنشر كل ما يخصهم من عروض واخبار ومقالات.

ويقوم بأستمرار موقع تويتر الشهير على الإنترنت بتصاميم جديدة يجذب في المتوسط نحو 370 ألف مشترك جديد كل يوم يتيح سهولة أكبر للملايين من مستخدميه في البحث والتصفح، حيث لديها اكثر من 145 مليون مستخدم، وتقوم بتطويرات جديدة مثل ادخال تسجيلات بالفيديو من موقع يوتيوب ومحتويات اخرى ستظهر في التصاميم المستقبلية.

وقال الرئيس التنفيذي لتويتر ايفان وليامز ان الشكل الجديد للموقع تويتر دوت كوم يظهر بناء جديداً أكثر استجابة وحميمية للمستخدم، وأن الموقع تويتر في ثوبه الجديد يجعل منه تجربة أكثر ثراء وسرعة، ويتيح للمستخدمين ارسال رسائل نصية من 140 حرفاً تويتس الى مجموعات من المتابعين، وان أكثر من 90 مليون رسالة تويتس ترسل في المتوسط

يومياً، ويتحدى موقع تويتر بشكل متزايد مواقع شركات عملاقة مثل جوجل و ياهو في عدد المستخدمين على شبكة الانترنت.[26]

وفي عام 2012 قام موقع (تويتر) الالكتروني للتواصل الاجتماعي عبر الرسائل النصية القصيرة التي تعرف باسم (التغريدات)، إلى تطوير خدمة (التغريدات المطولة)، بهدف إتاحة مساحة أكبر للمستخدم للاطلاع على التقارير والصور وملفات الفيديو لإضفاء المزيد من التفاعلية على الموقع الالكتروني بالنسبة للأشخاص الذين يستخدمون أجهزة الكمبيوتر المكتبية أو المحمولة، كما أصبح للموقع مجموعة متنامية من الشركاء الجدد مثل صحيفة (وول ستريت جورنال) و(مجلة تايم) وخدمة (إم. إس. إن. بي. سي) الإخبارية، ممن يقدمون تغريدات ذات محتويات غنية تتضمن روابط للدخول على مواقعها الالكترونية، وهذا سيتيح للمستخدم إلقاء نظرة عامة على عنوان الموضوع والاطلاع على مقدمة خاصة به، بالإضافة إلى قراءة بعض التغريدات حول الناشر أو الكاتب، كما سيكون بمقدور المستخدم قراءة المقال والتعقيب، وسوف يكون بإمكان المستخدم أيضاً مشاهدة مقتطفات ولقطات فيديو من بعض البرامج التليفزيونية المهمة مثل (دروب دايد ديفا) على شبكة (لايف تايم).

وفي كثير من الاحيان يعلن موقع تويتر انه قد يضطر الى فرض قيود على تغريدات مستخدمين في دول معينة الأمر الذي يجدد التساؤلات حول كيفية تعامل هذا المنبر للتواصل الاجتماعي مع قضايا حرية التعبير في الوقت الذي يوسع فيه قاعدة مستخدميه على مستوى العالم بسرعة.

وحتى الآن يضطر تويتر لحذف تغريدة من شبكته العالمية اذا تلقى طلبا من الحكومات، ولديها القدرة على منع ظهور تغريدة بعينها للمستخدمين في دولة ما، وضرب تويتر امثلة على الحالات التي سيتعاون فيها بفرض قيود مثل (المحتويات المؤيدة للنازية) في فرنسا والمانيا وهي دول تحظر مثل هذه المحتويات.

وقال الموقع انه صاغ آلية من أجل الشفافية تنطوي على إخطار المستخدمين في حالة منع ظهور تغريدة ما، ويعكس اعتراف تويتر بانه سيفرض رقابة على المحتوى تغيراً كبيراً في أسلوبه عما كان عليه سابقا عندما نسق متظاهرون مناهضون للحكومة في تونس ومصر ودول عربية اخرى لمظاهرات حاشدة عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي.

وقد طرح موقع التواصل الاجتماعي (تويتر) عام 2012 ميزة جديدة أطلق عليها اسم (التغريدات الموسعة) التي تمنح المستخدمين الاطلاع والتفاعل مع محتوى ضخم مقدم من شركات وسائل إعلام كبرى أبرمت الشبكة اتفاقيات تعاون معها، وتهدف هذه الميزة إلى تقديم محتوى إعلامي غني للمستخدمين، ومن ضمن وسائل الإعلام التي تعاقدت معها شركة (تويتر) صحف (وول ستريت جورنال) و(تايم) و(نيويورك تايمز) و(سان فرانسيسكو كرونيكل) و(واشنطن بوست)وشبكتا (إم إس إن بي سي) الإخبارية و(إيه بي سي)، وموقع مجلة (دير شبيغل) الألمانية وموقعا (بزفي) و(تي إم زد) وغيرها من وسائل الإعلام.

وبالنسبة لـ(التغريدات الموسعة) فقد ظهر المحتوى داخل صفحة التغريدة دون الحاجة إلى تركها مع وجود خط فاصل بين المحتوى الموسع والمحتوى المصغر لـ(تويتر)، وميزة (التغريدة الموسعة) تحتوي على روابط لمواقع الشركات سالفة الذكر وإمكانية معاينة موجز لخبر أو عنوان لمقال أو مشاهدة مقطع فيديو أو صور، بالإضافة إلى إفساح المجال للتفاعل مع الناشر أو الكاتب عبر حسابات تويتر الخاصة بهم.

ووفقاً لتويتر، فإن الميزة الجديدة تحسب امتدادا لخاصية أطلقتها الشركة للمرة الأولى في سبتمبر عام 2010 خلال إعادة تصميم الموقع، وكانت تحمل اسم 'media pane'، تتيح للمستخدم بالنقر على التغريدة لعرض محتوى إعلامي متعدد بما في ذلك صور من تطبيق (إنستغرام) أو مقاطع فيديو من موقع (يوتيوب) أو روابط لأغانٍ وموسيقى وغيرها.

كما أصدرتويتر إصداره الجديد (4.3) الخاص بالأجهزة النقالة المعتمدة على نظامي (أندرويد) و(آي أو إس) على حد سواء، من أهمها دعم للميزة الجديدة وهي التغريدات الموسعة 'Expanded Tweets'، التي تتيح للمستخدم تشغيل مقطع فيديو أو عرض صور أو مقدمة لخبر ما، بالإضافة إلى إمكانية الحصول على إخطارات وإشعارات(Push)لأشخاص الذي يقوم المستخدم بمتابعته لأي تغريدة جديدة أو إعادة التغريدة، فضلا عن تحسينات وتحديثات لخدمة البحث والإكمال التلقائي، وتقديم الدعم لإدخال كلمة السر في التطبيق عندما تواجه مشاكل في عملية المصادقة، وتتيح النسخة الجديدة أيضاً تنبيه المستخدمين في حال وصول تغريدات أو قصص جديدة عبر صفحة (الاستكشاف)، بالإضافة إلى التحديثات والتحسينات الأخرى.

كما قامت شبكة التواصل الاجتماعي (تويتر) عن تحديثات جديدة أضافتها إلى خاصية البحث، ضمن خدمة جديدة أطلقت عليها اسم (البحث الأبسط)، وذكرت الشركة في موقعها أن البحث الجديد أصبح أكثر ذكاء، حيث يقوم بعرض التغريدات ذات الصلة الأقرب إلى العبارة أو الكلمة المراد البحث عنها، بالإضافة إلى المقالات والحسابات والصور ومقاطع الفيديو المرتبطة.

ويتميز البحث الجديد بإمكانية التصحيح التلقائي، بحيث يقوم بعرض النتائج المطلوبة حتى لو أخطأ المستخدم في كتابة عبارة البحث، كما قدمت أيضا ميزة الاقتراحات المرتبطة والتي تعرض للمستخدم مجموعة من اقتراحات البحث الأخرى،وبالإضافة إلى ذلك أصبح (تويتر) قادراً على عرض نتائج بحث الأشخاص سواء قام المستخدم بالبحث عنهم عن طريق استخدام أسمائهم الحقيقية، أو معرفاتهم على (تويتر).

وبإمكان المستخدم مشاهدة التغريدات الصادرة من الأشخاص، الذين يقوم بمتابعتهم ضمن نتائج البحث، بالإضافة إلى الخيار الافتراضي وهو مشاهدة جميع التغريدات أو أكثرها شهرة، وميزات البحث الجديدة متوفرة على موقع الخدمة الرئيسي (com،twitter) وتطبيقي (تويتر) لهواتف (أندرويد) و(آيفون).

جمهور التويتر

ساهم (تويتر) مساهمة فاعلة في إحداث حراك إعلامي كبير بين المستخدمين بالسعودية بعد أن استغله (البعض) للكشف عن مواضيع يمنع الإعلام السعودي الرسمي نشرها ووجدت رواجا كبيرا من القراء الذين يعتبرون مثل تلك المواضيع هدفا لإشباع نهمهم المعلوماتي دون التأكد من حقيقتها الرسمية أو مواطن الضعف في أجزاء رواياتها مما جعل التشويه يطال الكثير من الشخصيات الرسمية المهمة وكذلك القيادات الإدارية العليا ويأتي تحرك موقع (تويتر) ليضع آلية للتعامل مع الأطروحات الحساسة والغير موثوقة فيما لا يخالف الشفافية العالية لكل مستخدم، حيث ساهم (تويتر) في بناء معلوماتي جيد للمستخدمين من خلال التواصل المباشر مع الكوادر من مختلف التخصصات.[27]

وأشارت بعض الأحصائيات إلى أن عدد مستخدمي موقع (تويتر) في الدول العربية بلغ أكثر من 1.3 مليون مستخدم نشط، أنتجوا حوالي 172 مليون تغريدة مع نهاية شهر مارس 2012.

وكشف تقرير صادر من كلية دبي للإدارة الحكومية عن استمرار صدارة دول الخليج من حيث نسبة المستخدمين من عدد السكان، حيث تتصدر الكويت مستخدمي تويتر كنسبة من السكان بـ 8.13% تليها البحرين بـ 4.28%، وحلت قطر في المركز الثالث بـ 2.22% والإمارات رابعة بـ 2.16% والسعودية خامسة بـ 1.37%، ولبنان سادسة بـ 1.06% تليها الأردن بـ 0.57% ثم فلسطين بـ 0.36%، وفي المركز الأخير موريتانيا بـ 0.01%.

وأشارت الدراسة عن توقعات بوصول عائدات تويتر من الإعلانات إلى مليار دولار أمريكي مع حلول العام 2014، بالمقارنة مع موقع فيسبوك الذي حقق 3 مليارات دولار من الإعلانات في عام 2011.

وتوقعت شركة eMarketer المتخصصة في أبحاث الشركات على الإنترنت في بداية العام 2012 أن عائدات تويتر من الإعلانات سوف تصل لـ 540 مليون دولار فقط، وهو ضعف المبلغ الذي تجنيه الشركة نفسها في البورصة الأمريكية، وأضافت أن 90% من عائدات الإعلانات على الإنترنت تأتي من الشركات الأمريكية.

وتختلف سياسة تويتر في الإعلانات عن باقي المنصّات الإعلانية، حيث لا تعرض تويتر إعلانات لمنتجات مُعيّنة، إنما تُتيح الفرصة للمُستخدم الإعلان عن حساب في تويتر، أو تغريدات مُعيّنة أو ضمن أشهر الكلمات المتداولة في تويتر.

والجدير بالذكر أن منصّة تويتر الإعلانية أُطلقت، وفقاً لما أشارت البوابة العربية للأخبار التقنية، في شهر نوفمبر/ تشرين الثاني من عام 2011، ويدخل تويتر ما يزيد عن 140 مليونا مستخدم حول العالم.[28]

ومن ناحية أخرى يستمر التباين الواضح بين عدد مستخدمي الإعلام الاجتماعي العربي من النساء مع نسبتهن حول العالم اللواتي يشكلن ما يقرب من النصف، فقد ازدادت نسبة المستخدمات العربيات بشكل طفيف من 32٪ مع نهاية العام 2010 إلى 34٪ فقط في الربع الأول من العام 2012.

واشارت دراسة علمية على أن استخدام النساء العربيات لوسائل الإعلام الاجتماعي يبقى منخفضاً مقارنةً بالرجال. [29]

وقد اشترى الأمير الوليد بن طلال وشركة المملكة القابضة التابعة له حصة إستراتيجية من تويتر (Twitter) في صفقة تصل قيمتها إلى 1.125 مليار ريال سعودي (300 مليون دولار). [30]

وبعد ان نجحت خدمة التغريد المصغر في فرض وجودها في عالم الشبكات الاجتماعية كان لزاما عليها ان تبحث عن وسائل تساعدها على مواصلة النشاط، حيث اتجهت صوب توفير خدمات تهم الشركات ووفرت لها عددا من الخدمات منها:

1) حساب Permium

وهي حسابات مدفوعة الاجر وتخص الشركات ورغم عدم الاختلاف عن الحسابات العادية من حيث الاستخدام إلا انها توفر خدمات إضافية تهم الشركات دون غيرها مثل أدوات تحليل الحسابات ودراسة مدى فاعلية الحملات المتعددة على تويتر، كما يستمد الموقع قوته في عروضه المقدمة للشركات من مختلف التطبيقات والخدمات المبنية عليها مثل Tweetdeck coTweet، seemic، Tweetmeme.

2) حساب Promoted Tweets

وقد حققت هذه الخدمة نتائج طيبة بعد أول الحملات التي قامت بها كبريات الشركات أمثال «MBC» و «Virgini America» و «Red Bull»، كما اعطت هذه التقنية ثمارها على محركات البحث التقليدية.

3) حساب Promoted Trends

يمكن لمستخدم خدمة Twitter عبر موقعها مباشرة وليس عبر التطبيقات ان يلاحظ قائمة جانبية على الجهة اليمنى تحوي المواضيع التي نالت أكبر قدر من النقاش على الموقع أو ما يعرف بـTrennds، حيث تمكن هذه القائمة من جلب مواصلة جلب الانتباه الى مواضيع الساعة، ونظراً لأهمية هذه القائمة عمل الموقع على توفير امكانية وضع الـTrennds، الخاصة بالشركات ضمن هذه القائمة لتوفير ظهور أحسن لحساباتهم على Twitter.

4) حساب Earlybird

وهي خدمة خاصة بالعروض الخاصة محدودة الفترة، حيث تستعمله الشركات للإعلان عن عروضها المحدودة بمقابل مادي.[31]

حروب الفيسبوك والتويتر

يشهد ميدان الإنترنت حرباً إلكترونية قد تبدو ناعمة لكنها في الحقيقة شرسة، تدور رحاها بين فيسبوك وتويتر من أجل إيقاف زحف هذا العملاق الإلكتروني وحيازة العدد الأكبر من سكان المعمورة، ورغم ان الأقدمية في صالح فيسبوك إلا ان تويتر لديه إصرار على سحب البساط من فيسبوك، هكذا يتحدث خبراء التقنية الرقمية والمعلوماتية عن العلاقة بين الموقعين الاجتماعيين الأكثر شهرة في العالم، والتي يصفونها بالحرب الباردة، متوقعين انها لن تنتهي في المدى القريب بسقوط أحدهما وانتصار الآخر، بل انها ستستمر في شكل هجمات مرتدة من أجل مزيد من التزيف في صفوف الطرف الآخر.

ويستغرب كثيرون من وصول المعارك والحروب الى المواقع الاجتماعية التي من المفترض ان يكون هدفها الاساس هو (مزيد من التواصل الاجتماعي)، وليس المكسب المادي فقط رغم انه سيكون المحرك الأكبر لأي نشاط في القرن الـ21.

ومع اشتعال المنافسة، ظهر العديد من الشبكات،واختفى العديد منها، ويبقى (الفيسبوك) و(التويتر) في القمة، ورغم أن البعض لايجد فروقات كبيرة بينهما، لكن في

الحقيقة فهما مختلفان كلياً، وإدارة الحملات التسويقية على (الفيسبوك) تختلف كلياً عنها في (التويتر)، ومن بين هذه الفروق هي:

- ✓ (التغريدات) تعمل بشكل أسرع على عكس (الفيسبوك) الذي يحتاج لبعض الوقت لتقويم المشاركات، وقد تبقى بعض المشاركات في صفحات الأصدقاء لفترات أطول عن باقي المشاركات،أما بالنسبة للتغريدات على التويتر فالأمر يختلف، وهي تظهر بسرعة وتختفي أيضاً بسرعة، وإن كانت هناك رسالة ما تريد أن يشاهدها أكبر عدد ممكن، فستحتاج لإرسالها أكثر من مرة بطرق وصيغ مختلفة وعلى مدى فترة من الزمن.
- ✓ العلاقة مع الأصدقاء أو المتابعين في الفيسبوك تمثل علاقة شخصية وخاصة جداً، أما في التويتر فلديك متابعين، وهم أشخاص اختاروا متابعة تغريداتك على التويتر، وإذا كان لديك الكثير من المتابعين على شبكة التويتر ستشعر وكأنك تقف في غرفة يصرخ الجميع فيها على عكس الفيسبوك الذي يعتمد على الحوار.
- ✓ (الفيسبوك) أكثر جاذبية من (التويتر)، ففي الفيسبوك تستطيع إرفاق الصور مع المحتوى على عكس التويتر الذي يعرض روابط للصور ومن ثم حتى تستطيع إرسال محتوى متميز على التويتر ستحتاج إلى صياغة التغريدة بشكل مميز، أما في الفيسبوك فالأمر يختلف، إذ يمكن استخدام العديد من الوسائل والوسائط المتعددة لجذب عيون الزوار.
- ✓ (الفيسبوك) شبكة مغلقة على عكس(التويتر) شبكة عامة، بالإضافة إلى أن الفيسبوك يسمح لمستخدميه تحديد أشخاص معينين لمشاهدة المشاركات، أما التويتر فكل ما يكتب هو للجمهور والمتابعين للأبد.
- ✓ (الفيسبوك) غني بالتطبيقات على عكس (التويتر)، ونحن ندعو لاستخدام التطبيقات على الفيسبوك ليشجع المستخدمين ليصبحوا معجبين بالصفحة الخاصة للشركة أو منتج أو خدمة ما، للاستفادة منهم في الحملات الترويجية، أما على التويتر التغريدة تقتصر على 160 حرفاً، لذلك يجب أن تكون واضحة ومفيدة وجذابة وفي الوقت نفسه بسيطة.(32)

وبشكل عام، فأن بنية الفيسبوك التي تتجه أكثر نحو المجموعة المغلقة، بينما تويتر نقيضه حيث جوهره يميل نحو الانفتاح على جميع المجموعات (رغم أن بنية المجموعات غير متوفرة فيه، لكني أشبهها هنا بمن تتابعه ويتابعك بالمثل، تعاقد اجتماعي افتراضي) مما يجعل

المعلومة أو التغريدة يعاد تغريدها من طرف مختلف مستخدمي تويتر/ المغردين لدرجة أن ساهمت في إنجاح بعض الثورات بعد وصول التغاريد العاجلة والتنظيمية لقاعدة واسعة من الناشطين المتصلين بتويتر.

وبسبب تقنيات الاتصال الحديثة التي تربط العالم ببعضه محدثة شبكة من العلاقات المتداخلة والتي تعد تطبيقات تويتر إحدى أشكالها، نجد أن المغرد (كغيره من مدمني الشبكات الاجتماعية) شخصية تعيش في اللحظة الزمنية وليست البقعة المكانية، بمعنى أنه لا يدري عما يجري على الأرض القريبة منه، بقدر ما يعرف عن حياة صديقه الذي يعيش على بعد عشرات الأميال منه، ويقدر ما يعرف عن مشاعر الغرباء، أفكار فئات مختلفة جدا وبعيدة جدا عنه عبر تغريداتهم الكثيرة.[33]

وفي دراسة علمية جادة، للمحاولة للوصول الى خيط يربط مشاعر البشر حول الكرة الأرضية برابط واحد، وبالاستعانة بموقع المشاركة الاجتماعية توتير كمقياس للمزاج العالمي، درس علماء اجتماع من جنسيات مختلفة ما يقرب من 509 ملايين تعليق من 2.4 مليون مستخدم في 84 دولة خلال الفترة من فبراير وحتى يناير للعام 2010.

ووفقاً لبحث نشر في دورية (ساينس) العلمية، فقد أظهر موقع تويتر الاجتماعي على الإنترنت أن الناس يكونون أكثر ابتهاجا في الصباح ويصبحون أكثر كآبة مع انقضاء ساعات النهار ثم تعمهم بهجة في المساء تصل لذروتها قبل النوم، ويكون الناس أكثر سعادة من ديسمبر وحتى أواخر يونيو عندما تزيد الفترة الزمنية للنهار بالتدريج في نصف الكرة الشمالي.

وفي سبيل الحصول على صورة عن المزاج العالمي، فقد بحث العلماء في تعليقات تويتر تصل كلماتها لنحو الف كلمة وتنطوي على عواطف ايجابية مثل(موافق) و(رائع) و(ممتاز) وأخرى سلبية مثل(خائف) و(مجنون) و(رعب).[34]

تأثيرات الفيسبوك والتويتر

كشفت دراسة مسحية كبرى تم إجراؤها مؤخراً في بريطانيا عن أن مواقع وشبكات التوصل الاجتماعي التي تُستخدم على نطاق واسع حول العالم أدت إلى تحول مجتمع

المستخدمين إلى أمة من الانطوائيين المنعزلين، كما أزاحت تلك الدراسة النقاب عن أنَّ أكثر من نصف الأشخاص البالغين الذين يستخدمون مواقع من بينها (الفيس بوك ويبيو ويوتيوب) قد اعترفوا بأنهم يقضون وقتاًأطول على شبكة الإنترنت من ذلك الوقت الذي يقضُونه مع أصدقائهم الحقيقيين أو مع أفراد أسرهم.

وأظهرت الدراسة أيضاً أنهم يتحدثون بصورة أقل عبر الهاتف، ولا يشاهدون التلفاز كثيراً، ويلعبون عددا أقل من الألعاب الكمبيوترية، ويبدأون في إرسال كم أقل من الرسائل النصية وكذلك البريدية، وقد اعترف نحو 53% من الـ 1600 شاب الذين شاركوا في تلك الدراسة المسحية، التي تعد الأضخم من نوعها في بريطانيا، بأن شبكات التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت تسببت بالفعل في تغيير أنماط حياتهم.

وقال الناطق باسم شركة مينتيل لأبحاث السوق التي أجرت الدراسة أن (بريطانيا تحولت بلا شك إلى أمة من مدمني الفيس بوك) ووجد التقرير المسحي أيضاً" أن مجال التواصل عبر مواقع وشبكات التعارف الموجودة على الإنترنت تحظى بقطاع جماهيري عريض في المملكة المتحدة أكثر من أي مكان آخر في العالم.[35]

وفي دراسة تكشف عن الجانب المظلم للشبكات الاجتماعية، وعلى رأسها موقع الفيس بوك الأكثر شهرة في هذا المجال، توصل بعض الباحثين إلى أن البقاء لساعات طويلة على الشبكة الاجتماعية قد يكون بسبب او يؤدي الى النرجسية(حب النفس)، وان الاضطراب الاجتماعي هو أبرز ملامح النرجسية للعينة التي تم وضعها تحت الفحص المكثف من مستخدمي الفيس بوك، بالإضافة لقائمة أخرى من الأعراض تشمل الغرور والشعور بالتفوق، واضطراب الشخصية.

كما اشارت دراسة علمية حديثة أجراها باحثون بجامعة كامبريدج البريطانية أن استخدام البريد الإلكتروني وفيسبوك وتويتر والرسائل القصيرة يتسبب في الإصابة بالضغط العصبي الشديد للأشخاص بمعدل واحد من بين كل ثلاثة أشخاص يستخدمون تكنولوجيا المعلومات الحديثة.

وأشار الباحثون على موقع جامعة (كامبريدج) على شبكة الإنترنت أنه كان من المعتقد أن كبار السن فقط هم من يشعرون بضغط وسائل الاتصال الحديثة على أعصابهم، إلا أن الدراسة أكدت أن هذا الأمر يحدث في كل الشرائح العمرية حتى بين المراهقين الذين يعتقد أنهم الأكثر القدرة على التعامل مع التكنولوجيا الحديثة والأكثر صبرا عليها.[36]

وأشارت دراسة إلى وسائل الاتصال الأجتماعي وبالذات الفيسبوك كانت سبباً وراء الكثير من حالات الانفصال في بريطانيا، على أساس ثلاثة أسباب رئيسية، هي أولا، بعث احد الزوجين (رسائل غير لائقة) لممثلي الجنس الأخر، أي (المداعبة) عبر الانترنت، ثانيا، إفادات الأصدقاء في (الفيسبوك) حول سلوك الزوج (أو الزوجة) وأخذه شخصا (غير لائق) أو حتى (حقيرا)، وأخيراً، تبادل الزوجين ملاحظات وقحة عن بعضهما البعض عبر صفحتيهما في موقع التواصل الاجتماعي، لكن دراسة مماثلة أشارت إلى أن موقع الفيسبوك لم يتسبب في الطلاق إلا في كل واحدة من خمس حالات انفصال، بينما برأت دراسة أخرى موقع التويتر من تهم التسبب في الطلاق، إذ انه يقف وراء 0.4% فقط من حالات الانفصال.[37]

وأكد الباحث (دان زيريلا) في أحدث دراساته حول الفيسبوك، أن مستخدمي الشبكة الاجتماعية الأولى في العالم أصبحوا يعتمدون بشكل أكبر على الأجهزة المحمولة في تعاملهم مع الشبكة، حيث أن رسالة من بين كل ثلاث رسائل على الشبكة تأتي من خلال الأجهزة المحمولة، وتم إجراء الدراسة على عينة عشوائية تضمنت أكثر من 70 ألف مشاركة على الفيسبوك، مع هامش خطأ 5%، وهي عناصر منحت الدراسة قدراً كبيراً من المصداقية والدقة لإتباعها القواعد السليمة لإجراء مثل هذه الدراسات، وأبرز نتائج تلك الدراسة تمثلت في أن أغلب التطويرات جاءت من خلال الموقع الإلكتروني com.facebook.m، وليس من خلال الهواتف الذكية.

وأكدت على أن استخدام الفيسبوك من خلال الأجهزة المحمولة يتزايد بشكل كبير، حيث تحتل اجهزة iPhone وAndroid المركزين الأول والثاني من حيث معدلات استخدام الفيسبوك عبر المحمول، في حين جاء هاتف Blackberry في المرتبة الثالثة.[38]

وفي دراسة لباحثين نفسيين كشفت ان 32٪ من المستخدمين يشعرون بالذنب وعدم الارتياح عند رفض طلبات الصداقة، بينما 63٪ يعمدون الى تأجيل هذه الطلبات و10٪ يكرهون الحصول على طلبات صداقة من الاخرين، وإن العديد من المستخدمين قالوا إنهم يخشون ترك صفحات الموقع خوفاً من أن تفوتهم بعض المعلومات الاجتماعية بالإضافة إلى خوفهم من أن يظن بهم انهم يهينون إصدقاءهم، وخرجت الدراسة بنتيجة أن الأشخاص الذين يمتلكون عدداً كبيراً من الاصدقاء والذين يمضون معظم وقتهم على صفحات الموقع معرضون بشكل اكبر للضغط النفسي.[39]

وأظهرت دراسة مسحية أعده مركز بيو للأبحاث أن الأشخاص الذين استخدموا موقع فيسبوك للتواصلالاجتماعي منذ تأسيسه عام 2004 لم يظهروا أي مؤشرات على أنهم ملوا نشر الصور، أوتحديث خططهم لقضاء العطلة الأسبوعية أو حتى كتابة خواطر عشوائية، وتشير الدراسة إلى أن هذه المخاوف ربما تكون لا أساس لها، كما خلصت إلى أنه كلما زاد عدد عدد أصدقاء المستخدمين على فيسبوك مارسوا المزيد من الأنشطة التي استطلعناها مثل إضافة الأصدقاء الجدد، والرسائل الخاصة والتعليق ونشر الصور والانضمام للمجموعات،[40] وأظهرت دراسة لشركة Eversave متعلقة بعادات وتجارب المستخدمات على الفيسبوك؛ أن 85٪ منه النساء أعربن عن شعورهن بالضيق من أصدقائهن وصديقاتهن على الفيسبوك، في دراسة تم فيها استطلاع رأي نحو 400 امرأة عن عاداتهن اليومية على الشبكة الاجتماعية الأولى في العالم.

وتعددت أوجه الضيق وتفاوتت نسبة كل منها، فجاءت الشكوى على الدوام كأحد اكثر الأمور التي تزعج المستخدمات على الفيسبوك من صديقاتهم وأصدقائهم بنسبة 63٪، ثم تبادل الأراء السياسية بنسبة 42٪، ثم التفاخر والإدعاء بعيش حياة هادئة ومثالية بنسبة 32٪.

وفي نفس الدراسة كشفت 91٪ من النساء تقديرهن الكبير للدور الاجتماعي الكبير الذي يلعبه الفيسبوك في حياتهن وتحديداً إمكانية تبادل ومشاركة الفيديوهات والصور الخاصة بأصدقائهن، فيما عبرت 76٪ من هؤلاء بالإعجاب بقدرة الفيسبوك على لم شمل الأصدقاء خصوصاً الذين لم يتقابلوا أو يجتمعوا منذ مدة طويلة.[41]

وكشف دراسة حديثة عن الجانب المظلم للشبكات الاجتماعية، وعلى رأسها موقع الفيس بوك الأكثر شهرة في هذا المجال، توصل بعض الباحثين إلى أن البقاء لساعات طويلة على الشبكة الاجتماعية قد يكون بسبب أو يؤدي إلى النرجسية (حب النفس)، وأن الاضطراب الاجتماعي هو أبرز ملامح النرجسية للعينة التي تم وضعها تحت الفحص المكثف من مستخدمي الفيس بوك، بالإضافة لقائمة أخرى من الأعراض تشمل الغرور والشعور بالتفوق، واضطراب الشخصية.

كما أشارت دراسة علمية حديثة أجراها باحثون بجامعة كامبريدج البريطانية أن استخدام البريد الإلكتروني وفيسبوك وتويتر والرسائل القصيرة يتسبب في الإصابة بالضغط العصبي الشديد للأشخاص بمعدل واحد من بين كل ثلاثة أشخاص يستخدمون تكنولوجيا المعلومات الحديثة.[42]

وكشفت دراسة عن وسائل الإعلام الاجتماعي عن أن الشابات يقدن حركة التغيير فيما يعرف باسم أساليب الرواية في القطاع الرقمي، وكيفية تعبير الرجال والنساء عن أنفسهم في وسائل الإعلام الاجتماعي مثل فيس بوك والمدونات، عن ميل النساء لكشف مزيد من المعلومات عن الموضوعات العاطفية والكتابة عن تلك الجوانب بطريقة أكثر تعبيرية، على سبيل المثال بمزيد من استخدام الأيقونات التعبيرية، والقبلات والطبوغرافيا غير التقليدية.

ووثقت الدراسة، بالإضافة إلى تحديد فروق في طريقة تعبير كل من الرجال والنساء في وسائل الإعلام الاجتماعي، الوسائل التي تستخدم فيها لدعم غيرها من الأوضاع التسلسلية، مثل استخدام المشاهير لمواقع مثل يوتيوب وتويتر لدعم وضعهم والحفاظ عليه.

وفيما يتعلق باستخدام المشاهير للإعلام الاجتماعي، توصلت الدراسة إلى أن (تويتر) يمنح المشاهير مجالا آخر للأداء، يمكنهم عبره رواية القصص التي تعطي الانطباع بالتفاعل والألفة[43].

وأظهرت نتائج بحث قام به علماء أمريكيون إلى أن الإكثار من استخدام موقع الـ فيس بوك يزيد من مخاطر الإصابة باضطرابات غذائية، مما قد يؤدي الى تراجع الثقة بالنفس.

وتشير الدراسة إلى أنه في عصر التكنولوجيا الحديثة واستخدام الهواتف الذكية والإنترنت، أصبح من الصعب على الناس ان يبعدوا أنفسهم عن الصور وغيرها من الأمور التي تحفز على عكس صورة سلبية للجسم وتراجع الثقة بالنفس، ما قد يؤدي إلى الاضطرابات الغذائية.

ان 80% من شملتهم الدراسة والبالغ عددهم 600 مستخدم للفيسبوك تتراوح أعمارهم ما بين 16 و40 عاماً، يدخلون الى الموقع الشهير مرة واحدة في اليوم على الأقل، مما يجعل من الصعب بالنسبة لهم عدم إلقاء ولو نظرة عابرة على أشخاص آخرين، يقارنون أنفسهم بهم.

وتشير الدراسة إلى أن 44% ممن خضعوا للدراسة يتمنون لو انهم كانوا يتمتعون بوزن مثل أصدقاء لهم، في حين قال 32% انهم يشعرون بالحزن بعد إجراء المقارنة مع الآخرين.

هذا ولم تشر الدراسة إلى ما اذا كان الأثر السلبي يعود على مستخدمي الـ فيس بوك فقط دون غيرهم، أم ان ذكر الموقع الشهير جاء في إطار الإشارة الى كافة مواقع التواصل الاجتماعي.[44]

وكشفت دراسة أجراها باحثون في جامعة غوتنبرغ السويدية أن 70 في المائة من مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك يسجلون دخولهم إلى الموقع بعد دقائق قليلة من تشغيل جهاز الكمبيوتر الخاص بهم، في سلوك يهدد بالتطور إلى حالة إدمان، ويقول مستخدمو موقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) الذين يمضون وقتاً طويلاً في الموقع إنهم يشعرون بمستوى رضا أقل إزاء حياتهم بعد تصفح الموقع، ويعتبر ذوو الدخل المحدود والأشخاص غير المتعلمين الأكثر عرضة لهذه الظاهرة.

ويؤكد الاستطلاع الذي شمل 1000 شخص تتراوح أعمارهم بين 18 عاما و73 عاما أن هذا الموقع سيئاته إذ قد يتحول استخدامه إلى عادة مقلقة تخرج عن السيطرة لتغدو إدمانا.[45]

وأعلنت شركة (ميديا ريبابليك)، المتخصصة في الإعلام والتسويق، عن نتائج إستطلاع رأي اجرته على الإنترنت من خلال موقع مجلتها الإلكترونية الحائز على عدة جوائز، أن 66٪ من المصريين المقيمين في القاهرة المستخدمين لشبكات التواصل الإجتماعي يفضلون استخدام تويتر لمتابعة أحدث الأخبار عن مصر ما بعد الثورة بدلاً من استخدامهم للمواقع الأخبارية المتخصصة، وأوضحت الدراسة أيضاً ان 25٪ من مستخدمي تويتر بدأوا باستخدام خدمة (التدوين القصير – micro-blogging) بعد بداية الثورة حتى يستطيعوا متابعة آخر الأخبار عن كثب، وأوضحت الدراسة أن 89٪ من عينة رواد com.Cairo360 اللذين شاركوا في الإستطلاع لديهم حساب على تويتر، و99٪ لديهم حساب على الفيس بوك، على الرغم من أن تويترليس إنتشار الفيس بوك نفسه، إلا ان 64٪ من ممن شاركوا في الإستطلاع رأوا ان تويتر مصدر افضل للأخبار من الفيس بوك، وبينما التلفزيون كان المصدرالأول والأساسي لأحدث المستجدات خاصة فيما يتعلق بالمواد الإخبارية، أتى تويتر في المركز الثاني كمصدر للأخبار بعد التليفزيون، وفقاً للعينة التي شاركت في الإستطلاع.[46]

واتضح من خلال دراسة عن اكثر الدول استخداماً للشبكات الاجتماعية المختلفة، ان مواطني البرازيل وسنغافورة هم الاكثر استخداماً للشبكات الاجتماعية، لكن بالنسبة للبرازيل لم يكن الفيسبوك هو الشبكة الاجتماعية الاكثر استخداما، حيث يقضي البرازيليين حوالي 18 دقيقة على الفيسبوك خلال الجلسة الواحدة، بينما تصل في سنغافورة لحوالي 39 دقيقة.

وابرز الدراسة الى إن البرازيليين يقضون معظم وقتهم على الشبكة الاجتماعية المملوكة من جوجل - Orkut- حيث تملك -Orkut- حوالي 43٪من سوق الشبكات الاجتماعية في البرازيل ولكنها تتناقص في الفترة الاخيرة لصالح فيسبوك، ومن الارقام المعلنة يتضح أن:

أكثر دولة في العالم تستخدم الشبكات الاجتماعية وهي البرازيل تستخدم الفيسبوك الشبكة الاجتماعية الاكبر في العالم بنسبة حوالي 2/1 من معدل استخدام الفيسبوك في سنغافورة ثاني اكثر الدول استخداما للشبكات الاجتماعية في العالم وحوالي 2/3 من معدل استخدام الفيسبوك في الولايات المتحدة.[47]

وتذهب بعض الدراسات إلى ان الفيسبوك يجعلنا اكثر كآبة كما تقول الباحثة جين كيم، واكثر تعاسة طبقا لابحاث قسم السايكولوجيا في جامعة ستانفورد كما تقول ليي كوبلاند، بل أن ترك الفيسبوك يمنح الشخص سعادة استنادا لدراسة مايكل اوستن، وترى الدكتورة ستيفاني ماركس، ان الفيسبوك يزيد الغيرة، واستعماله بكثرة يجعلنا اقل مرحا كما توضح ذلك الدكتورة جينفير باركر.

وتحدث كل من ناثان بافلك وسوزان كروس عن خطر الفيسبوك والايميل، وخطايا الفيسبوك السبعة على التوالي!... وطرح بعضهم اسئلة اجاب عليها بمقالات مثل: هل تؤذي مواقع التواصل الاجتماعي العلاقة بين الزوجين؟... كما طرحت ذلك شيري بورج كارت... وهل تدمر مواقع التواصل الاجتماعي الحياة الاجتماعية؟ كما رايانا ذلك لدى ايرا روزوفسكي... وهل تقتل التكنولوجيا الحب؟ كما قرأناه لدى لوريا ايسج.

وتشير دراسة نُشرت مؤخرا في صحيفة التيلغراف البريطانية بتاريخ 1-2-2012 بعنوان (الفيسبوك والتويتر) اكثر ادمان من التبغ والكحول تحدثت عن الرغبات اليومية لكل شخص ووجدت بأنه من الصعوبة مقاومة رغبة البقاء متصلاً (اونلاين) على شبكات التواصل الاجتماعي، بل أن مستوى الرغبة في هذا البقاء كانت ذات درجات أعلى من الرغبات المتعلقة بشرب الكحول والسجائر.

واوضحت الدراسة التي اجريت على 1000 طالب في 12 جامعة من 10 بلدان مختلفة ان اربع من خمس طلاب اصيبوا بحالات من الذعر والقلق والارتباك والاحساس بالعزلة الشديدة حينما تم قطع وسائل الاتصال الحديثة عنهم كالهاتف النقال والـ(لابتوب) وموقعي التواصل الاجتماعي الفيسبوك والتويتر.

وكتب البرفوسور سوزان مولرفي دراسة نشرتها صحيفة الديلي غراف في 4-4-2011 بعنوان (ادمان التلاميذ على التكنولوجيا مشابه لولعهم بالمخدرات) تضمنت عينات من تلاميذ قُطع عنهم الاتصال مع وسائل الاتصال الاجتماعي لمدة 24 ساعة وقامت الدراسة بتسجيل ردة انفعالهم حيث اصبحوا (مشاكسين، غاضبين، قلقين، ذوي مزاج متعكر،غير آمنين، اعصابهم منهارة، غير مرتاحين، مجانين، مدمنين، غيورين، وحيدين، محتاجين للاخرين، تغمرهم الكآبة ومذعورين).

ويقول الدكتور مايكل (انا مؤمن بان الدافع الأساسي للانجذاب نحو الفيسبوك وبقية مواقع التواصل الاجتماعي هو أمل الارتباط مع الاخرين...! فالكائنات البشرية مخلوقات اجتماعية تعيش في وسط اجتماعي ونحن نرغب بإقامة العلاقات من اجل تعزيزها وتطويرها. [48]

وأظهرت دراسة حديثة أن منطقة الشرق الأوسط باتت تعتمد أكثر فأكثر على التواصل عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية بالمقارنة مع أشكال التواصل الشخصي الأخرى ومنها التواصل وجهاً لوجه، أو عبر البريد الإلكتروني أو الهاتف خاصة وأن هذه المواقع تشكل أهمية كبيرة لدى شريحة كبيرة من المترددين على الشبكة العنكبوتية في منطقة الشرق الأوسط مما جعل لهذه المواقع تأثيراً كبيراً في الحياة اليومية لمرتاديها وأصبحت جزءاً أساسياً في يومياتهم لا يمكن الاستغناء عنه خاصة بعد أن أصبحت أجهزة الهواتف المحمولة تسهل دخول أي مشترك في الشبكات الاجتماعية بشكل سهل وسلس وبدون أي تعقيدات تذكر وأصبح للآراء التي تطرح في هذه المواقع والشبكات تأثيرا صريحا على مختلف فئات المجتمع خاصة للأسماء المؤثرة وذات الحضور الفعال في مختلف المجالات الحياتية والاجتماعية، وأشارت الدراسة التي أجرتها (يونيفيرسال ماكان) وهي شركة عالمية متخصصة في مجال تقديم الاستشارات الإعلامية والتسويقية، إلى أن هناك اتصالا بين كل فرد في المنطقة، مع حوالي 38 شخصاً عبر شبكات الإعلام الاجتماعي بشكل منتظم، ولفتت نتائج الدراسة إلى تطور دور هذه الشبكات من مصدر للمعلومات والتسوق لتصبح مرآة لحياة المستخدمين الذين يقومون بتحديث صفحاتهم باستمرار لنقل أحوالهم وتغطية مجريات حياتهم اليومية من خلال تحميل الصور وأفلام الفيديو وكتابة الآراء والتعليقات بشكل منتظم، وبالإضافة إلى مشاهدة وتشاطر «كليبات الفيديو» عبر الشبكة الالكترونية واستخدام التراسل الفوري وزيارة صفحات أصدقائهم على شبكات الإعلام الاجتماعي وقراءة المدوّنات، فإن عدداً متزايداً من المستخدمين الناشطين للإنترنت في المنطقة، بلغ متوسطة 60 بالمائة قد فتح صفحة شخصية على أحد مواقع الشبكات الاجتماعية خلال الشهور الستة الماضية.

وأوضحت الدراسة أهمية شبكات الإعلام الاجتماعي في خلق مجموعات اجتماعية رقمية مؤلفة من أصدقاء يتشاطرون نفس الاهتمامات أو الاحتياجات، حيث بينت نتائج الدراسة في منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا أن حوالي 57 بالمائة قاموا

بزيارة المواقع الشبكية الرسمية لتلك الشركات و26 بالمائة انضموا إلى إحدى الصفحات الخاصة بالتواصل مع مستخدمين آخرين مهتمين بماركات تجارية معينة، ومن هؤلاء أعرب 73 بالمائة عن شعورهم بمزيد من الولاء لتلك الماركات بينما قال 72 بالمائة إنهم من الممكن أن يقوموا بشراء منتجات الشركة المعنية، و63 بالمائة قالوا إنهم أوصوا معارفهم بالانضمام إلى تلك المجموعات.[49]

واشارت دراسة حديثة قام بها مركز بيو للأبحاث الى إن عدد من يحصلون على الأخبار من الشبكات الاجتماعية 9 في المائة فقط من أصل ثلاثة آلاف مستخدم للإنترنت شملتهم الدراسة، وبحسب الدراسة التي تمت على 200 طالب جامعي ضمن عينة عشوائية في مدينة الرياض في مطلع 2012، حول مدى الرضا عن الشبكات الاجتماعية، أبدى الأكثرية بما معدله 81.5 في المائة رضاهم بشكل كبير عن (سرعة) الشبكات الاجتماعية في نقل الخبر والمعلومة بينما لم يتجاوز رضاهم عن (مصداقية) الشبكات الاجتماعية في نقل المعلومة والخبر 21 في المائة! ولعل الفارق بين النسبتين يدلل بشكل واضح على أن الإنترنت والتقنية وحدها لا تكفي لصناعة إعلامية رصينة.[50]

والملاحظ إن إعلانات (تويتر) في مجال التغريدات الترويجية قد توسعت، حيث أصبحت المنصة الإعلانية سهلة الوصول من قبل طيف واسع من الشركات، ومع انتشار علامات تجارية كبرى فإن الشركة تتوقع نموا لأعمالها في الإعلانات لتصل إلى 540 مليون دولار بحلول عام 2014.

وتشير الإحصائيات بأن عائدات الشبكات الاجتماعية للعام 2012 بلغت 16.9 مليار دولار بحسب تقرير صادر عن مؤسسة غارتنر الأميركية.

وأوضحت الدراسة نمو قطاع الشبكات الاجتماعية الخاصة بالألعاب، حيث حققت شبكتان تعملان على الهواتف المحمولة فقط وهما (دو دينا) و(جريي) اليابانيتان نموا في العائدات السنوية تجاوزت مبيعات كل منها 1.8 مليار دولار، اما شركة الألعاب الشهيرة (زينجا)، والتي كانت تمثل 12٪ من عائدات فيسبوك عام 2011، أصبحت اليوم تنمو بشكل أكبر لتصبح شبكة اجتماعية للألعاب.

وتنبأت مؤسسة غارتنر الأميركية أن تصل عائدات مواقع التواصل الاجتماعي من الإعلانات فقط 8.8 مليارات دولار في نهاية العام 2012، بالإضافة إلى أنها ستضاعف عائداتها من الألعاب الاجتماعية عن أرقام الأعوام السابقة، والتي قد تصل إلى 6.2 مليارات دولار.

ويلفت التقرير إلى أن الشبكات الاجتماعية لاتزال في مراحلها الأولى من بناء نماذج عمل إعلانية بالرغم من نضج تجربة فيسبوك، الذي حقق 1.06 مليار دولار في الربع الأول من العام الماضي.[51]

تغريدات رجال السياسة

في دراسة حديثة تناولت استخدام رؤساء الحكومات في العالم لموقع التواصل الاجتماعي تويتر، نشرتها أخيرا شركة (بيرسون ـ مارستيلر) للعلاقات العامة، أظهرت تصدر الرئيس الأميركي باراك أوباما القائمة بعدد 17 مليون متابع لحسابه على تويتر.

وشملت القائمة 264 حسابا تضمنتها الدراسة، التي كانت تحت عنوان (تغريد دبلوماسي)، وكان أوباما أول رئيس دولة يشترك في (تويتر)، وجعلته شعبيته، كما تقول الدراسة، الخامس على مستوى تويتر، بعد المطربة بريتني سبيرز، ومع تلك الشعبية، فلا يحظى بالرد منه إلا واحد في المئة فقط من التغريدات التي تصله، وقد جعله هذا أقل زعماء العالم تواصلا مع متابعيه، وتشير دراسة إلى أن معظم رسائل الرئيس الأميركي، مثل كثير من الحسابات الحكومية، يكتبها نيابة عنه مساعدون ذوو خبرة في الإنترنت.

وإذا أردت محادثة حقيقية مع زعيم دولي على تويتر فعليك بالزعيم الأوغندي، أماما مبازي، أو الزعيم الرواندي، بول كاغامي، اللذين ـ كما تقول الدراسة ـ يحظيان بـ 90 في المئة من التغريدات التي تصلهما بالرد، ويأتي الزعيم الفنزويلي (هوغو شافيز) في المرتبة الثانية من حيث الشعبية على تويتر، حيث ينال 38 في المئة من الرسائل التي تصله؛ ردودا منه.

وهناك 99 زعيما ورئيس حكومة في العالم لم يرسلوا رداً واحداً، ورغم وجود أوباما في أسفل قائمة الدراسة من حيث قلة التواصل مع متابعيه، لكنه تفوق على الزعيم الروسي فلاديمير بوتين الذي لا يتابع أياً من نظرائه على تويتر.

وبحثت الدراسة في نشاط قادة العالم على موقع (تويتر)، بما يشمل 264 من رؤساء الدول ومؤسساتها في 125 دولة، منها 21 من بلدان الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، وذلك من خلال إجراء دراسة تحليلية لتاريخ تغريداتهم وعلاقاتهم مع بعضهم من خلال الموقع.

وتبين الدراسة أن أكثر من ثلثي قادة العالم يستخدمون (تويتر)، وضمت القائمة، إلى جانب صاحب السمو الشيخ محمد بن راشد، كلاً من الملكة رانيا العبدالله، والرئيس التونسي منصف المرزوقي؛ ورئيس الوزراء اللبناني نجيب ميقاتي؛ ورئيس الجمهورية اللبنانية العماد ميشال سليمان؛ ورئيس وزراء السلطة الفلسطينية الدكتور سلام فياض؛ ورئيس الوزراء التونسي حمادي الجبالي.

وتؤكد الدراسة أن اللغة العربية تحتل المرتبة الرابعة بين أكثر اللغات استخداماً من قبل قادة العالم على موقع (تويتر)، بعد اللغة الإنكليزية التي تحتل المرتبة الأولى، وتتبعها اللغتان الإسبانية والفرنسية، مع العلم بأن قادة العالم يسجلون تغريداتهم بما مجموعه 43 لغة مختلفة.

وتكشف الدراسة أيضاً أن 30 من رؤساء الدول والحكومات يقومون بتسجيل تغريداتهم شخصياً، ومن أبرز القادة في الشرق الأوسط الذين يقومون بذلك؛ رئيس الوزراء اللبناني نجيب ميقاتي الذي يتفاعل شخصياً مع متابعيه الذين يتجاوز عددهم 54,700 مستخدم، ويشكل عدد الردود على التغريدات التي يسجلها الرئيس ميقاتي حوالي خمس عدد تغريدات حسابه الإجمالي، حيث إنه يقوم بانتظام بإقامة جلسات دردشة مدتها ساعة مع متابعيه على موقع (تويتر).

وبهذا الخصوص، قال سونيل جون، الرئيس التنفيذي لشركة أصداء بيرسون-مارستيلر: (من الواضح أن قادة دول المنطقة قد أدركوا أهمية وسائل الإعلام الاجتماعي كأداة فعالة للتفاعل والتواصل مع شعوبهم، وقد كشف استطلاع أصداء بيرسون-مارستيلر

لرأي الشباب العربي 2012 أن حوالي ثلاثة أرباع شباب الشرق الأوسط ممن شملهم الاستطلاع يعتقدون أن حكوماتهم قد أصبحت أكثر موثوقية وشفافية منذ انطلاق أحداث الربيع العربي، الذي رأوا فيه تطوراً إيجابياً أشعرهم بالتفاؤل بمستقبل أفضل، وفي هذا السياق، فإنه من المشجع أن نرى قادة المنطقة يستخدمون موقع تويتر كمنصة لنشر المعلومات والتواصل مع مواطنيهم).

وكشف استطلاع للرأي أجرته شركة (أكستشر) مؤخراً، أن وسائل الإعلام الاجتماعي تعيد تشكيل آليات التواصل الحكومي، حيث تعتقد نسبة تقارب 51% من المشاركين في هذا الاستطلاع العالمي أن حضور الحكومات على الساحة الرقمية يشجعهم على التفاعل والتواصل معها على نطاق أوسع، وبحسب ما ورد ضمن البحث الذي أعدته كلية دبي للإدارة الحكومية مؤخراً تحت عنوان (تقرير الإعلام الاجتماعي العربي)، يقارب عدد مستخدمي (تويتر) النشطين في العالم العربي 2,1 مليون مستخدم يقومون بتسجيل حوالي 4 آلاف تغريدة في الدقيقة، وشملت قائمة الدول الأكثر حضوراً على موقع (تويتر) من حيث عدد المستخدمين وفق التقرير كلاً من مصر والمملكة العربية السعودية والكويت والإمارات العربية المتحدة ولبنان.[25]

ونجحت صفحة صاحب السمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم نائب رئيس الدولة رئيس مجلس الوزراء حاكم دبي على موقع التواصل الاجتماعي (تويتر)، في استقطاب مليون متابع ليصبح بذلك واحداً من الشخصيات القيادية الأكثر متابعة على (تويتر) على مستوى الوطن العربي.

وقال عبر صفحته الرسمية على تويتر، (الإخوة والأخوات... تخطت صفحة تويتر اليوم حاجز المليون متابع... وأنتم لستم متابعين بل مشاركين، ومساهمين فاعلين في مسيرتنا).

ويعود النجاح المشهود له في جذب اهتمام هذا العدد الكبير من المتابعين على صفحته إلى تنوع وثراء المواضيع والقضايا المطروحة عبرها والتي تتباين بين الإنجازات الوطنية والمبادرات التنموية ذات الصلة المباشرة بالمواطنين والمقيمين على أرض دولة الإمارات العربية المتحدة، فضلاً عن المبادرات الخيرية والإنسانية الإقليمية والدولية التي

استفاد منها الملايين حول العالم إلى جانب تطابق المواضيع المطروحة في صفحة سموه مع ما يجري على أرض الواقع اقتصادياً واجتماعياً وثقافياً.

وتتنوع الجنسيات والجهات المتابعة لصفحة سموه على موقع (تويتر) بين العرب والمتابعين من أوروبا وأميركا اللاتينية وإفريقيا وآسيا، خصوصاً من الهند واليابان إلا أن النسبة الأكبر من المتابعين تأتي من الوطن العربي، حيث مثلت نسبة متابعي حساب سموه من دولة الإمارات العربية المتحدة 43 في المئة في حين أن 17في المئة من المتابعين هم من المملكة العربية السعودية و 12في المئة من الكويت و5 في المئة من البحرين و4 في المئة من جمهورية مصر العربية.

ويُلاحَظ من خلال محتوى صفحته أنها بمثابة سجل يُلقي الضوء على سمات شخصيته ويبرز معالم فكره وفلسفته وانفتاحه على ثقافات العالم المختلفة وجهوده المستمرة في بناء جسور جديدة كل يوم للتواصل مع المجتمع الإنساني الأوسع في شتى بقاع الأرض، حيث يقوم بتوظيف صفحته على موقع (تويتر) في إخطار متابعيه شخصياً عن مشاركاته في المناسبات المجتمعية المختلفة وأنشطته الرسمية وغير الرسمية مركزاً على انطباعاته ومشاعره حول هذه الأنشطة وأهم مخرجاتها وحريصاً على مشاركة أبناء شعبه في أفراحهم ومناسباتهم السعيدة وتشجيعهم والشد على أيديهم والتأكيد على وقوفه سنداً لهم كقائد وأب.

كما يوظف موقع (تويتر) في إخطار المواطنين والمقيمين بصورة دورية عن نتائج اجتماعات مجلس الوزراء التي يترأسها والتنويه بأهمية القرارات المتخذة وتأثيرها على حياتهم بعيداً عن الأسلوب التقليدي المعتمد لدى وسائل الإعلام الأخرى، وذلك رغبة منه في إشراك المواطنين وزيادة وعيهم بما يدور حولهم من تطور وتنمية علاوة على قيام سموه بإطلاق بعض المبادرات الحكومية الرئيسة عبر موقع (تويتر) بعد جلسات اجتماع مجلس الوزراء.

ويقوم سموه أحياناً بمشاركة بعض الأقوال أو طرح بعض الحكم والنصائح التي تلقى من المتابعين اهتماماً وتداولاً كبيرين.[53]

هوامش الفصل العاشر

1. study of privacy on social networking sites.- California State University, Fullerton, 2008.- 183 p. M.A .Dissertation
2. Kay, Russell. QuickStudy: Online Social Networks.- Computerworld.- October 1, 2007.- Accessed Feb 15, 2009.- Available at: http:// www. Computer world. com/ action/ article. do? command=viewArticleBasic&articleId=302652
3. Leonard, A. You are who you know.- Salon .com Technology, 2004.- Accessed October 13, 2004.- Available at: http:// www. salon. com/tech/feature/2004/06/15/social_soctware_one
4. Mew, Lionel Q. L. Online Social Networking: a task-person technology fit perspective / directed by William H .Money.- School of Business, George Washington University, 2009.- 295 p. PhD. Dissertation.
5. موقع إجابات (غوغل)، ما هي الشبكات الاجتماعية على شبكة الإنترنت (social networking)، في 17/ 12/ 2009، متاح (On Line).

http://ejabat.google.com/ejabat/thread?tid

6. عالم التقنية، الشبكات الاجتماعية، ومفهوم أكبر، في 13 أغسطس، 2009، متاح (On Line)

http://www.tech-wd.com/wd/2009/08/13/another-concept-for-social-network/

7. عبه محمد خليفة، مواقع الشبكات الاجتماعية، ما هي؟ قاعة د، شوقي سالم، المكتبة المركزية – جامعة حلوان، منتديات اليسير، في 2009- Jan-19، متاح (On Line).

http://www.alyaseer.net/vb/showthread.php?t=17775

8. محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين -دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية العربية أنموذجاً، رسالة ماجستير، الأكاديمية العربية في الدانمارك، الدنمارك 2012.

9. موقع ويكيبيديا الموسوعة الحرة، موقع ويب، آخر تعديل لهذه الصفحة في 29 نوفمبر 2011، متاح (On Line).

http://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%85%D9%88%D9%82%D8%B9

10. موقع كنان أون لاين، ما هو الموقع الإلكتروني، (المصدر داتا تكنولوجي)، في 22 ديسمبر 2009، متاح(On Line) .

http://kenanaonline.com/users/MST/topics/61250/posts/102134

11. منهل الثقافة الإلكترونية، أنواع مواقع الإنترنت، 1430-03-01 هجرية، متاح(On Line).

http://www.manhal.net/articles.php?action=show&id=2140

12. http://www.tiqaniat.com/2012/06/%D8%AA%D9%82%8%B1%D9%8A%D8%B1%D9%85%D9%81%D8%B5%D9%84%84-

13. وكالة الصحافة الفرنسية، نقلا من موقع:

pingdom _ phill.co _ netcraft _ campaignmonitor13-

14. انظر للتفاصيل:

http://www.facebook.com/note.php?note_id=111100715614303-

http://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%85%D8%A7%D9%8A_%D8%B3%D8%A8%D9%8A%D8%B3

15. وكالة الصحافة العربية، موقع: middle-east-.http://www.com/?id=132758.online

16. http://alola.maktoobblog.com/29/%D8%AF%D8%B1%D8%A7%D8%B3%D8%A

17. http://elzenary.blogspot.com/2009/10/blog-post_28.html

18. أنظر للتفاصيل عن مشاريع الموقع:

http://www.moheet.com/show_files.aspx?fid=46338&pg=10

http://www.asharqalawsat.com/details.asp?section=37&issueno=10512&article=4363

http://www.moheet.com/show_news،aspx?nid=48454&pg=103 -

19. عمر حرزالله،(فيسبوك)، ثورة قادرة على إحداث تغيير نوعي، بتاريخ25 مارس 2012

http://www.albayan.ae/five-senses/mirrors/2012-03-25-1.1618147

20. http://www.aleqt.com/2012/05/14/article_656464.html

21. http://www.albayan.ae/five-senses/mirrors/2012-03-25-1.1618147

22. http://www.facebook.com/note.php?note_id=136415406384426

23. Relevance meets the real-time web-

http://ar،wikipedia،org/wiki/%D8%AA%D9%88%D9%8A%D8%AA%D8%B1

24. http://www.fuatqalm.com/vb/t31133.html

25. http://www.attanaya.net/vb/showthread.php?p=927048

26.http://inventorshere.blogspot.com/2010/09/blog-post_18.html

27. وكالة رويتر بتاريخ 3/ 4/ 2012

28.http://egpkwt.com/2011-06-12-17-08-15/2011-06-12-17-08-36/2011-06-12-17-10-07/15162-2012-06-03-11-33-56.html

29.http://akhbarelyom.org.eg/news30751_10.aspx

30.http://manartsouria.com/vb/showthread.php?p=746370#ixzz1xnPQekBJ

31.http://www.altanaya.net/vb/showthread.php?p=927048

32.http://www.albayan.ae/science-today/education-com/2012-05-20-1.1652926 http://www.albayan.ae/science-today/education-com/2012-05-20-1.1652926

33.http://fajrbreeze.blogspot.com/2012/03/blog-post.html

34.http://www.swalif.net/%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%86%D8%AA%D8%B1%D9%86%D8%AA/%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%A8%D9%83%D8%A7%D

35.http://www.alriyadh.com/net/article/650364

36.http://www.alriyadh.com/net/article/650364

37.http://arabic.rt.com/news_all_news/news/575597

38.http://www.aitnews.com/latest_it_news/technology-research-and-studies-news/14769.html

39.http://www.facebooklearn.com/vb/showthread.php?t=458

40.http://www.abjdeat.com/vb/abj-thread19683.html

41.www.aitnews.com/latest_it_news/technology...studies.../14468.html

42.http://www.alriyadh.com/net/article/650364

43.http://www.aawsat.com/details.asp?section=54&article=652109&issueno=12055

44.http://arabic.rt.com/news_all_news/news/582781

45.http://www.skynewsarabia.com/web/article/14357

46.www.aitnews.com/technology_indepth/technology.../14321.html

47.http://arabcrunch.com/ar/2011/10/%D8%AF%D8%B1%D8%A7%D8%B3%D8%A9-%D8%B9%D9%86-

48.http://mar.maktoobblog.com/1618513/%D8%B9%D8%AF%D8%AF%D9%85%D8%B3%D8%AA%D8%AE%D8%AF%D9%85%D9%8

49.http://www.an3m1.com/category-economy-business/entry-%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%A8%D9%83%D8%A7%D8%A

50.http://maktoob.news.yahoo.com/%D9%87%D9%84-%D8%AA%D9%8F%D9%86%D9%87%D9%8A-

51. صحيفة البيان، بتاريخ 5-8-2012

52. انظر للتفاصيل عن الدراسة: صحيفة الخليج والبيان بتاريخ 5/ 8/ 2012 و9/ 8/ 2012

53. اقرأ المزيد: محمد بن راشد لمتابعيه على تويتر: (انتم مشاركون) - جريدة الاتحاد

http://www.alittihad.ae/details.php?id=73905&y=2012#ixzz22kyIDvtg

الفصل الحادي عشر

إعلام الهاتف المحمول: نجم المستقبل

مقدمة عامة،،،

الثورة المعلوماتية بكل أجهزتها وتقنياتها ومكوناتها ساهمت بشكل كبير جدا في اختصار طرق وأشكال الحصول على المعلومات وحتى مصادرها، فبعد أن كان التلفزيون وفي وقت لاحق القنوات الفضائية والاخبارية المتخصصة، هي محتكر المعلومة، من خلال المراسلين ووكالات الانباء، أصبحت اليوم المعلومات تنتشر بطرق جديدة تماما غيرت عناصر العملية الاتصالية كلية، من خلال وسائل الإعلام الجديد (من مدونات، شبكات اجتماعية، مواقع تدوين مصغر... الخ).

وصبح الإعلام الجديد اليوم واقعا لا مناص من التعامل معه، شئنا أم ابينا، وإن كانت هذه الادوات في السابق قوبلت بالرفض كمصدر إخباري وبقيت فقط مجرد قنوات اتصال تعبيرية لافراد منعزلين، إلا أنها اليوم باتت تفرض نفسها على أرض الواقع بشكل يجعلنا نحاول تكييفها لا رفضها، والتعامل معها لا إقصاءها.

يشهد العالم الآن نوع جديد من الثورات التكنولوجية والتي تسمى ثورة الأنوفميديا والتي تتجسد في الدمج بين وسائل الإعلام والاتصال وظهرت من خلال بث القنوات التلفزيونية على الهاتف المحمول، وكذلك تطوير شبكات المحمول والإنترنت والتي استخدمت تصفح المواقع الإلكترونية عبر الهاتف المحمول بسرعة وجودة توازي التصفح على الحاسبات الالكترونية، حيث بلغ عدد مستخدمي الهواتف المحمولة على مستوى العالم ما يفوق أربع مليارات مستخدم.

ولم يتوقف التغير على الوسيلة الإعلامية فقط أو حجم الجمهور وإنما تعداه لطبيعة هذا الجمهور وموقعه من العملية الإعلامية المكونة من مرسل ومستقبل ووسيلة ورسالة ورجع صدى، إذ تغيرت تماماً عناصر هذه العملية في ظل ثورة الإعلام الإلكتروني وصار بينها نوع من التداخل والتطور النوعي اهمه اختفاء الحدود بين المرسل والمستقبل فأصبح الجمهور هو صانع الرسالة الإعلامية.[1]

إن الجهاز الجوال الحالي أضحى اليوم الكومبيوتر الشخصي الجديد، فالهاتف الذكي العادي يتمتع بقدرات مماثلة لقدرات جهاز كومبيوتر (ماك) أو (بي سي) من الطراز العالي، قبل عقد من الزمن، وهو قد يتأهل ليصبح الأداة الرئيسية للإنسان، وبات بمقدور الهواتف تعقب الحركات في العالم الطبيعي، وتسجيل التفاعلات الاجتماعية، وتخزين التواريخ الشخصية، ومراقبة ما نرغب فيه وما لا نرغب، وتعقب الإستهلاك من محتويات الإنترنت، واستخدامات التطبيقات، والسلوك في المشتريات، فهي تعيش في جيوبنا وتعرف من نحن، وتتعلم المزيد عنا يوما بعد يوم، ولهذا السبب فإن الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية هي في موقع مناسب لتوقع الأعمال التي يتوجب علينا القيام بها لخدمتنا بشكل أفضل.

وعندما نتحدث عن الهاتف الجوال فهو ليس مجرد هاتف فحسب، وإنما يتطور، ويحمل في بطنه حاسوبا وتلفزيونا وجريدة ومكتبة ومفكرة شخصية، وبطاقة ائتمان في نفس الوقت، ودكانا للفيديو والموسيقى، ذلك لمن يملك الجيل الثالث من أنظمة الاتصالات.

ومع وجود نحو خمسة مليارات من البشر متسلحين بالهواتف الجوالة، فنحن نتحدث عن مستويات غير مسبوقة من النفاذ إلى بصيرة ونفوس أكثر من ثلثي سكان العالم، وبغض النظر عن الزاوية والمنظور الذي ننظر إليه، سواء أكان تجارياً أو غيره، فإن هذا لا يعتبر أمراً صغيراً.

إن تسجيلات الفيديو التي تم تداولها في مواقع التواصل الإجتماعي واليوتيوب والتي تقوم بإظهار وحشية الأنظمة وتعديها على المواطنين وطريقة تفريقها الدموية للمظاهرات هي السبب الرئيسي للغضب العارم الذي دفع الشباب إلى الاعتراض والإنتقام إن صح القول، فهذا يدل على أن التقنية الحقيقية التي كانت وراء الثورات العربية، هي أجهزة المحمول المزودة بكاميرات تصوير الفيديو، وحينما قطعت الحكومة المصرية الإنترنت لمدة ثلاثة أيام بهدف قطع وسائل الاتصال والتنسيق بين الثوار لإعتقادهم أنهم أغلقوا السبب الرئيسي للثورة وبعد قطعهم للاتصالات الخلوية لمنع الثوار من التواصل بالمكالمات الهاتفية والرسائل النصية، استخدم الثوار أجهزة الهاتف المحمول المزودة بكاميرات في تسجيل ونقل الأحداث التي تعرضوا لها بتفصيل وبكثافة لم يكن ليحدث لولا وجود هذه التقنية الثورية.

ووفقا للبنك الدولي، تعد شبكات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في يومنا هذا بمثابة رابع بنية تحتية أساسية بعد الماء، والنقل والطاقة، وهناك أيضاً ارتباط وثيق بين الاستثمار في التكنولوجيا وتعزيز الإنتاجية: فكل زيادة بنسبة 10 في المائة في الاتصالات السريعة، يقابلها ارتفاع نسبته أربعة في المائة في معدل نمو الناتج الإجمالي المحلي.

لقد غير(الهاتف المحمول) الكثير من المفاهيم وأحدث نقلة نوعية في العالم، حيث لم يعد مجرد وسيلة لإجراء المكالمات الهاتفية، بل أصبح مركز محمول للاتصالات الشخصية والتجارية والتسويقية، وباتت المؤسسات الإعلامية تستخدم الهاتف المحمول لتوزيع مضامين ورسائل إعلامية وأصبح من الممكن استخدامه في ممارسة ألعاب الكمبيوتر والاستماع إلى ملفات MP3 الموسيقية ومشاهدة لقطات الفيديو، وبات بإمكان الهواتف المحمولة التقاط الصور الرقمية وتسجيل أفلام فيديو وهذه الخاصية مكنت (الهاتف المحمول) من نقل الكثير من الأحداث الحصرية والهامة، فبسبب الهاتف المحمول ذو الكاميرا ظهر صحفيون من نوع جديد أو مواطنون وضعتهم الظروف في موقع الحدث ولا يملكون سوى كاميرات هواتفهم النقالة استطاعوا أن يتحولوا إلى صداع حقيقي في رأس حكومات لم تتعود أن يتجاوزها أحد وأن تسابق وسائل الإعلام الكبرى ذات الإمكانيات الهائلة، وأصبح من المستحيل التشكيك بمصداقية ما ينشر من مقاطع مصور لانها ببساطة بالصوت والصورة![2]

وكان للمواقع التفاعلية دور كبير في عرض الأفلام المصورة مثل Twitter ,My space ,Face book وعلى رأسهم YouTube، حيث يتيح هذا الموقع لزواره مشاهدة وإنتاج الأفلام مجاناً وبدون قيود أو محظورات وكذلك لعبت المدونات دوراً كبيراً في نشر الكثير الأحداث المصورة، فقد أصبح بإمكان اي شخص يمتلك مدونة من نشر الصور أو الفيديو الذي التقطه عبر الكاميرا على مدونته الخاصة وبإمكانه أيضاً أن يرسله لعشرات المواقع الخاصة مثله.

وبشكل عام فقد أدت مواقع الإتصال الجتماعي دوراً كبيراً في الثورات العربية فكانت من أهم الوسائل لنقل ما يجري في الشارع بالصوت والصورة وخاصة عبر الهاتف المحمول، وأهم هذه المواقع هو اليوتيوب الذي تاسس في بداية 2005، والذي اعتمد على صور وفديوهات الهاتف النقال، وكان له تأثير كبير في تحريك الجماهير، لتأثير وأهمية

الصورة في الثقافة الشعبية وفي سايكولوجية المتلقي، بالاضافة الى تشبيكه مع مختلف مواقع التواصل الاجتماعي.

سايكولوجية ثقافة الصورة

إن دور ثقافة الصورة يتعاظم في مجتمعاتنا العربية نتيجة التطورات التكنولوجية المتلاحقة ودخول الصورة في عمليات التطور التكنولوجي لدرجة ان كثيراً من المتخصصين يرون اننا نعيش عصر المشاهدة وثقافة الاستهلاك التي يفرضها طغيان الصورة على واقعنا الثقافي والاعلامي وهو ما أدى الى شيوع ثقافة جماهيرية تمثلها ثقافة الصورة على حساب ثقافة النخبة التي تمثلها ثقافة الكلمة، لأن الصورة تتجاوز حاجز الامية وتصل للجميع في مقابل ثقافة الكلمة.

ولقد أدي تطور الصور الرقمية إلى تحولات جذرية في ثقافة الصورة، من بينها أن الصور أصبحت تحيط بالبشر في كل مكان، وخاصة عبر وسائل الإعلام، وهو ما يثير عدة تساؤلات عن مدى تأثير التشبع بالصور على فهم الأحداث، وعلى درجة استجابة الجمهور للأحداث، فمن المؤكد أن التراكم الناتج عن الاستخدام المكثف للصور سوف يترك تأثيراته على الذاكرة الثقافية المتعلقة بالأحداث التي يتم تناولها الصور، وعلى قبول البشر بما يرونه، وهو ما يثير تساؤلات حول مصداقية الصورة، وهل ستكون بمصداقية الكلمة المكتوبة أم ستتراجع؟

وبدون شك فأن سمات عصرنا الراهن أنه(عصر الصورة)، بما يعني هيمنة الصورة وسيادتها لتكون إحدى أهم أدوات عالمنا المعرفية والثقافية والاقتصادية والإعلامية، والصورة ليست أمراً مستجداً في التاريخ الإنساني، وإنما تحولت من الهامش إلى المركز، ومن الحضور الجزئي إلى موقع الهيمنة والسيادة على غيرها من العناصر والأدوات الثقافية والإعلامية.

إن اندماج التقنيات وتداخلها وتطورها خلال السنوات الأخيرة، مع بروز وسائل الإعلام الجديد، يعطي كثيراً من الثقافات فرصة ذهبية جديدة لإثبات وجودهم، وحماية أنفسهم، وتدعيم ذواتهم، من خلال المشاركة بفعالية في معركة الصورة العالمية، التي

أصبحت متاحة للجميع، بل إن آلة التصوير الفوتوغرافي وتصوير مقاطع الفيديو أصبحت ترافقنا باستمرار ضمن الهواتف المتنقلة في جيوبنا.[3]

وإن أهمية الصورة وتأثيرها ليس فقط في عنصر الحركة، ولكن تكمن قوة تأثيرها في كيفية اختيارها، ووضعها بعناية، وصياغتها صياغة مناسبة تولد المشاركة والإقناع لدى الشباب، تأكيداً للفكرة القائلة إن الرؤية مصدقة Seeing is Believing، فالتأثير الذي تمارسه الصورة على الشباب تنجم منه نتيجتان:-

الأولى: انجذاب الشباب المستمر وغير المنقطع تجاه المادة الإعلامية المعروضة، وهذا الانجذاب دليل لنجاح تلك المادة في احتكار انتباه الشباب وصرفه عن محيطه المباشر، فالتلفزيون يحمل لنا كماً هائلاً من المعلومات والمعارف والقصص والإعلانات، ويدخل إلى بيوتنا ولذلك نضطر للخروج، لأن الحياة في التلفزيون تبدو جميلة، بينما هي في الواقع مختلفة وهذه هي الهوة التي يصنعها التلفزيون بين الواقع والوهم، فالشباب في التلفزيون يركز على الصورة وبذلك يقل الحوار، وفي كثير من الأحيان يقدم مفاهيم وتصورات اجتماعية غير واقعية مما خلق هوة بين الواقع والخيال.

وتشكل الصورة المرئية بعداً نفسياً كامناً في لا شعور المتلقي من الشباب، بعدها تفصيلاً حيوياً يومياً، ولأنها تنحو بذائقتهم البصرية والحسية نحو فصام معيشي بينما تراه عيونهم ويقدم على أنه واقعي وما يعيشه الشباب كواقع حقيقي بعيد بهذا القدر أو ذاك عن الصورة الموجهة إليهم، ويحدث هذا بصفة خاصة في المجتمعات التي تعيش أوضاعاً اقتصادية واجتماعية وسياسية متأزمة.

والتكنولوجية الحديثة التي أفرزت الصورة الرقمية قد فتحت المجال أكثر للتلاعب بالصورة وتوظيفها في مجال التوظيف الإعلامي مقارنة بالصورة التماثلية، وذلك لأنه كما يقول الفيلسوف الفرنسي (سريجست دوبريس) بأن الصورة الرقمية قضت على الهامش الذي يفصل بين الصورة ونسخها، حيث لا توجد نسخة ولا أصل للصورة الرقمية لأنها هي الصورة والأصل في الوقت ذاته.[4]

وتختلف الصور الرقمية عن الصور الفوتوغرافية في أنها صور مولدة من خلال الكمبيوتر والكاميرا الرقمية أو على الأقل معززة بهما، وتستمد قيمتها الخاصة من دورها كمعلومة، وكذلك من تميزها بوصفها صور يسهل الوصول إليها، والتعامل معها ومعالجتها وتخزينها وتحميلها أو تنزيلها في الكمبيوتر أو على الإنترنت.. الخ، وبينما كان المصطلح يشير إلى معالجة الصورة عن طريق الماسح الضوئي وبرنامج الفوتوشوب، فقد تم التوسع في استخدامه ليشير أيضاً إلى التقاط الصورة باستخدام الكاميرات الرقمية، فضلاً عن معالجاتها ببرامج معالجة الصورة، مروراً باستخدام التقنيات الحديثة في حفظ وتنظيم الصور وأرشفتها واسترجاعها، وتتخذ الصور الرقمية عدة أشكال من بينها الصور الإعلامية، وصور الواقع الافتراضي، وصور المحاكاة، وتكنولوجيا الأقراص الممغنطة، وصور مواقع الأفلام على الإنترنت وغيرها، وقد أصبحت هذه الصورة تتشكل بألبسة مختلفة ومتنوعة ومتكاملة في ذات الوقت.

ومن ناحية أخرى، ساعدت رقمنة الصور وقابلية تناقلها بين الوسائط الإعلامية المختلفة، على تناول موضوعات لم يتم تناولها من قبل، وتشكل ذات الصورة الإعلامية بعدة أشكال وفقاً لمتطلبات الوسيلة التي تعرض فيها من جهة، وإلى تناولها في عدة أشكال وفنون إعلامية من جهة أخرى، وإلى تعدد وسائل توظيفها، فضلاً عن إمكانية تحويلها وتغيير معالمها بحيث تظهر بصور متنوعة، كما ظهرت فنون صحفية وإعلامية جديدة تعتمد على الصورة، وعلى توظيف التقنيات الحديثة في عرض الصور مثل Photo essay، و Slideshow، كما يسرت التكنولوجيا الحديثة مجال المشاركة في إنتاج الصور للعديد من الأفراد، والذين أصبح بمقدورهم القيام بكل المراحل الخاصة بإنتاج الصورة الإعلامية الرقمية، فضلاً عن حدوث تطور هائل في مجال الكاميرات ومواصفاتها الفنية، بحيث أصبح بالإمكان التغلب على المشكلات التقليدية التي كانت تواجه وسائل الإعلام في مجال إنتاج الصور الإعلامية، كما أصبح بالإمكان حرق المراحل التقليدية المتعلقة بإنتاج الصورة، وزيادة القدرات الاستيعابية الخاصة بتنظيم وتخزين واسترجاع الصور.[5]

ميلاد الثورة الإجتماعية الثالثة

بعد ثورة التلغراف والكاسيت جاءت ثورة الهاتف النقال ثورة اجتماعية ثالثة تؤشر إلى طبيعة عمل الميديا المصورة وتوجتها بالانتشار السريع على المستوى العالمي والمواقع الاخبارية الالكترونية.

اخترع الهاتف ألكسندر جراهام بل، وهو مخترع اسكتلندي، استقر في الولايات المتحدة الأمريكية، عام 1871، كان بل معلماً للصُمّ، في بوسطن، وكان يجري، كل مساء، تجارب على البرق التوافقي، وهو نبيطة، تُستخدم في إرسال عدة رسائل برقية، في وقت واحد، وسلك واحد، وفي 2 يونيه 1875، تعطلت إحدى القصبات الفلزية للبرق التوافقي، فجذب توماس واطسون، مساعد بل، القصبة، لفكها، ووصل الصوت إلى بل، الذي كان في غرفة أخرى، وفي 10 مارس 1876، نجح بل في التحدث بكلمات، عبرالهاتف، كان بل يجري اختباراً على مُستقبل جديد، بينما جلس واطسون في غرفة أخرى، ينتظر الرسالة، وفجأة، سكب بل بعض الحمض على ملابسه من بطارية، مما جعله يصيح قائلاً: "تعال هنا، يا مستر واطسون، إنني أريدك"، فهرع واطسون إلى الغرفة، صائحاً: "لقد سمعت كل كلمة، تفوهت بها، يا مستر بل، وبوضوح"، وهكذا اخترع بل أول هاتف، وفي يونيه 1876، عرض بل هاتفه، في المعرض المئوي، في فيلادلفيا، وقد أثنى العلماء على عمله؛ ولكن الجمهور لم يعر الأمر اهتماماً يذكر، حتى أوائل عام 1877، حينما قدم بل عدداً من العروض لهاتفه. (6)

وبالرغم أن الهاتف المحمول لم يبدأ إلا في عهد قريب إذ أن أول اتصال كان في الولايات المتحدة الأمريكية من مدينة شيكاغو عام 1983 م، إلا أن البدايات الأولى له تعود إلى السبعينات الميلادية حيث ظهر في اليابان نظام أقل تطوراً لم يلق قبولاً يذكر، تلا ذلك سنوات من الجمود حتى مطلع الثمانينات حيث قادت بعض التغيرات في الجوانب التسويقية إلى قبول المستهلك لفكرة الجوال، مما أدى إلى انتشاره بشكل ملحوظ في مختلف أنحاء العالم وبخاصة في الدول المتقدمة لاسيما بريطانيا والولايات المتحدة واليابان. (7)

والهاتف المحمول يسمى كذلك الهاتف النقال أو الهاتف الخلوي أو الهاتف الجوال هو أحد أشكال أدوات الاتصال والذي يعتمد على الاتصال اللاسلكي عن طريق شبكة من

أبراج البث الموزعة ضمن مساحة معينة، مع تطور أجهزة الهاتف النقال أصبحت الأجهزة أكثر من مجرد وسيلة اتصال صوتي بحيث أصبحت تستخدم كأجهزة كمبيوتر كفي للمواعيد واستقبال البريد الصوتي وتصفح الأنترنت والأجهزة الجديدة يمكنها التصوير بنفس نقاء ووضوح الكاميرات الرقمية، كما قد أصبحت الهواتف النقالة أحد وسائل الإعلان كذلك وبسبب التنافس الشديد بين مشغلي أجهزة الهاتف النقال أصبحت تكلفة المكالمات وتبادل المعطيات في متناول جميع فئات المجتمع، لذا فإن عدد مستخدمي هذه الأجهزة في العالم والعالم العربي يتزايد بشكل يومي ليحل محل أجهزة الاتصال الثابتة، يعود تاريخه إلى عام 1947 عندما بدأت شركة لوسنت تكنولوجيز التجارب في معملها بنيوجرسي ولكنها لم تكن صاحبة أول تليفون محمول بل كان صاحب هذا الإنجاز هو الأمريكي مارتن كوبر الباحث في شركة موتورولا للاتصالات في شيكاغو حيث أجري أول مكالمة به في 3 أبريل عام 1973 المبدأ الرئيس في الهاتف النقال يعتمد على دائرة استقبال وإرسال عن طريق إشارات ذبذبية عبر محطات إرسال أرضية ومنها فضائية تماما مثل إشارات الراديو لكن الموبايل وشبكاتة الأرضية يختلف عنهم وإشارات ذبذبية مثل رسم القلب تصاعدي وتنازلي وهي قوية جدا تصل إلى 20 MZ إرسالا واستقبالا في الثانية الواحدة أما عن طريقة الاتصال فتكون عن طريق دائرة متكاملة تكمن في المحمول الشخصي والسويتش الرئيسي، الخاص بالشركة والخط (SIM CARD) والسيم كارت عبارة عن بطاقة صغيرة بها وحدة تخزين صغيرة جدا ودقيقة ووحدة معالجة تخزن بها بيانات المستخدم والريد الذي يقوم باستخدامة للاتصال بالاخرين أما عن خواص المحمول فيتكون من دائرة استقبال وإرسال ووحدة معالجة مركزية وفرعية ورامة وفلاش لتخزين المعلومات ويمكن كتابة الرسائل القصيرة والاستمتاع بخواص المحمول وهي:

1. الاتصال بالآخرين ورؤيتهم عن طريق الجيل الجديد من الأجهزة dct4 المزودة بكاميرات دقيقة.
2. يمكن إرسال الرسائل القصيرة لأي مكان في العالم، التسلية بالالعاب وكذا العاب الجافا الحديثة.
3. الاستماع إلى ملفات صوتية بامتدادت مختلفة مثل mp3، wav، ogg، وكذلك الاستماع إلى الراديو ومسجل الصوتيات وغيرها من الألعاب المشتركة بين الأجهزة وعبر خطوط الانترنت.[8]

ولم يكن أحد يتصور عندما أطلقت شركة (موتورولا) الأميركية في عام 1983 أول هاتف جوال في عام 1983أن هذا الجهاز الجديد سينتشر بهذه الصورة، كان من يحمل هذا الجهاز في أوروبا يلفت الانتباه عندما يشاهده الناس يتحدث إلى نفسه، كما كان يثير الاستياء في الأماكن العامة عندما يدق الهاتف.

دخلت شركة(موتورولا) الأميركية التاريخ بطرحها - في عام 1983 – أول هاتف جوال في العالم من طراز (داينتاك 8000 إكس) (DynaTAC 8000X) بعد 15 عاما من التطوير وبكلفة 100 مليون دولار، كان وزنه 1.3 كيلوغرام ويوضع في السيارة، لتتطور الهواتف الجوالة بعد ذلك بشكل كبير وتنتقل من السيارات إلى الأيدي بشكل متسارع، ومن المتوقع أن يصبح عدد الأجهزة المتصلة بالإنترنت مساويا لعدد سكان العالم (نحو 7 مليارات) في 21 فبراير (شباط) 2012 (لا يعني هذا الأمر أن جميع سكان العالم متصلون بالإنترنت، لكن الكثير منهم يقتني أكثر من جهاز)، وبمعدل 25.72 جهاز جديد متصل بالإنترنت في كل ثانية.

وتغيرت تصاميم وقدرات الأجهزة من إجراء المحادثات البسيطة إلى القيام بالأعمال المكتبية والاتصال بالإنترنت والتقاط ومشاهدة عروض الفيديو، وغيرها، مع وجود مخاطر صحية واجتماعية مختلفة لهذه الأجهزة.

لقد تطورت الهواتف من مجرد أدوات للتحدث بين طرفين إلى شاشات رقمية باللونين الأبيض والأسود، ومن ثم إلى أدوات لتبادل الرسائل النصية، واستخدام الشاشات الملونة، ودخلت الألعاب الإلكترونية ووسائل الترفيه الأخرى إليها، مثل القدرة على الاستماع إلى بث الراديو «إف إم» والتقاط ومشاهدة الصور ومشاركتها مع الآخرين من خلال الرسائل متعددة الوسائط «إم إم إس»، وتسجيل ومشاهدة عروض الفيديو المختلفة، والاستماع إلى الموسيقى الرقمية عالية الوضوح، بالإضافة إلى تقديم لوحات مفاتيح بأشكال مختلفة، وانتقلت بعدها الهواتف الجوالة لتأخذ مكان المساعدات الشخصية الرقمية «بي دي إيه» (Personal Digital Assistants PDA) بطرح البرامج المكتبية المتطورة، وتطورت الشاشات لتصبح تعمل باللمس، وظهرت طرز تعتمد على شاشات اللمس بشكل رئيسي، وأخرى هجينة تقدم لوحات مفاتيح إضافية، مع توفير أقلام خاصة للكتابة على الشاشات التي تستطيع التعرف على خط يد المستخدم وتحويله إلى نص يمكن تعديله.

ودعمت الهواتف الجوالة تقنيات التواصل اللاسلكي، مثل الأشعة تحت الحمراء و(بلوتوث) و(واي فاي) لتبادل الملفات مع الهواتف الأخرى، وأصبحت تستطيع التعرف على موقعها الجغرافي بسهولة ودقة كبيرة، مع توفير برامج متخصصة لتحرير عروض الفيديو والصور ومشاركتها مع الآخرين عبر الشبكات الاجتماعية أو البريد الإلكتروني، ليصبح بإمكانها بعد ذلك التفاعل مع المستخدم صوتيا من دون استخدام أوامر خاصة، بل باللغة المستخدمة يوميا (مثل تقنية (سيري – Siri) في الإصدار الجديد لنظام التشغيل (آي أو إس 5) لهواتف (آي فون).

وبالنسبة لأجهزة الجيل الأول التي بدأها هاتف (موتورولا) (دايناتاك 8000 إكس) كانت شبكات الاتصالات تستطيع نقل المستخدم بين مراكز الاتصالات اللاسلكية أثناء تنقله، وكانت هواتف هذا الجيل تتميز بحجمها الضخم ووزنها الكبير، وبدأ الجيل الثاني بتحول شبكات الاتصالات إلى الشكل الرقمي في عام 1990 في الولايات المتحدة وفي 1991 في أوروبا، وكانت تستطيع الاتصال مع الكثير من أنواع الشبكات، وأرسلت أول رسالة نصية في العالم في عام 1992، وقدم هذا الجيل القدرة على تحميل المحتوى إلى الجهاز، حيث بيعت أول نغمة رنين في العالم عام 1998 في فنلندا، لتبدأ الإعلانات المدفوعة بالظهور في الرسائل النصية في عام 2000، وتم تجربة نظم دفع إلكتروني من خلال الهاتف الجوال في عام 1998 أيضا، هذا، وأطلقت خدمات الإنترنت بشكل كامل على الهواتف الجوالة في اليابان في عام 1999.

أما أجهزة الجيل الثالث فهي تسمح للمستخدم الاتصال بالإنترنت وتبادل الرسائل الإلكترونية بسرعات جيدة، وكانت اليابان هي البلد الأول الذي قدم هذه الشبكات في عام 2001، مع طرح شبكات الجيل الرابع مؤخرا، التي تسمح نقل البيانات من وإلى الهاتف والاتصال بالإنترنت بسرعات كبيرة جدا مقارنة بالسابق (10 أضعاف)، الأمر الذي سيفتح المجال أمام المزيد من الخدمات والقدرات الإبداعية، مثل مشاهدة عروض الفيديو والتلفزيون بشكل مباشر وبوضوح مرتفع من دون انقطاع، وبأسعار منخفضة.[9]

ومنذ أواخر القرن الـ 19 حتى السنوات الحالية، لقي التليفون اهتماما ضئيلا جدا من علوم الاجتماع، والأعلام، ولم تبذل جهودا كبيرة لدراسة ومعرفة تأثيراته العديدة على المجالات المتنوعة للحياة الاجتماعية، ولم تطور نظرية اجتماعية متكاملة فيما يتعلق بوظائف

ونتائج التليفون عامة! لذلك ليس بمستغرب أن يثير التليفون المحمول حماس أقل، من قبل البحاث والمفكرين بالمقارنة بالاهتمام الذى أثارته الإنترنت.

تأثيرات الهاتف النقال

وفي المنظور النظريّ لمانويل كاستيلز Manuel Castells، وهو عالم اجتماع مشهور في جامعة بيريكللي من أصل أسباني، اهتم في السنوات الأخيرة بالتأثيرات الاجتماعية لثورة المعلومات، وقال: أن الإنترنت أعطت مكانة ضخمة كمبتكر وإبداع جديد، ولها حساباتها وأبعادها وتداعياتها، بينما أهملت التسهيلات التي قدمها التليفون المحمول في مجملها"، ونزعم هنا إن هذه الرؤية تتجاهل حقائق أساسية تظهرها المقارنة بين المحمول من جهة وتكنولوجيات الكمبيوتر الشخصي والإنترنت من جهة أخرى، حيث نجد التليفون المحمول، هذه الأيام يستعمل من قبل طبقة أوسع من السكان حول العالم، وله تأثيراته الاجتماعية على كثير من مستعمليه، وأنهم جميعا جاهزون ومستعدون أن ينفقوا مبالغ مالية كبيرة على فواتير التليفون الشهريّة، اكثر من تلك التي ينفقونها على خدمات الكمبيوتر ومزوّدات الإنترنت.

والإنتاج الكبير والواسع وبالجملة لأجهزة التليفونات المحمولة الرخيصة الثمن، باعد من اهتمام الباحثين بالتلفون المحمول، ربما لأنه يبدو كتكنولوجيا عادية بالمقارنة بالأعماق الغامضة في فضاء الإنترنت، ومع ذلك فأن الموجة الأولى من أدوات الاتصال المحمولة، والتي على وشك الانتهاء، سوف تؤدي إلى تحولات جوهرية بالتأكيد في فهم الأفراد لأنفسهم وللعالم، وبالتالي سوف تغير الطريقة التي تبنى بها جميعا العالم.

ومن أهم التأثيرات الرئيسية للهاتف المحمول، هو قدرته على تضمين ودمج جماهير السكان في الدول الأقل نمواً في النصف الجنوبي من الكرة الأرضية، وهم عادة أميون جزئيا، ولم يمتلكوا أبدا في حياتهم وسائل لشراء كمبيوتر، ولم يوصل لهم حتى الآن شبكات تقليدية لتليفونات الخط الأرضي! وهو ما نلاحظه في مصر مثلا بين سكان عشوائيات المدن والريف حيث الأمية، ينتشر المحمول بين أيدي الجميع!

وفي دراسة تجريبية حديثة بالاتحاد الدّوليّ للمواصلات السّلكيّة واللاسلكيّة ITU زوّدتنا بالدّليل المدهش حول الكيفية التي ساهم فيها الهاتف المحمول في تضييق فجوة رقمية بعمر قرن في استخدام التّليفون بدرجة كبيرة بين دول متقدّمة و دول أقلّ نمواً، حيث تظهر الإحصائيات عام 2001 ان حوالي 100 دولة بينهم الكثير من أفريقيا امتلكت تليفونات محمولة أكبر بكثير من تليفونات الخطوط الأرضية، وامتلكت تكنولوجيا الهاتف المحمول اكثر من تكنولوجيا الكمبيوتر في ربط سكّان أقل تميزا إلى مجال المعلومات الرقمية.

إن العالم لم يعرف اختراعاً انتشر استخدامه بالسرعة التي انتشرت بها أجهزة المحمول، والتي تجاوز عددها المليار جهاز، وستتضاعف خلال الأعوام القادمة.

وفي دراسة حديثة نشرت نتائجها منذ شهور لجامعة بيركلي بولاية كاليفورنيا الأمريكية كشفت الدراسة عن أن 98% من المعلومات حول العالم، تنتقل عبر التليفونات، سواء الثابت أو المحمول، وفي هذا الصدد تجد الإشارة إلى أن المواطنين الأوروبيين يتبادلون 30 مليار رسالة قصيرة أس ام اس عبر التليفون المحمول في كل شهر، هذا ومن المتوقع اتصال 90 مليون كمبيوتر بدون سلك بشبكة الإنترنت خلال السنوات الخمس القادمة وسيؤدي كل هذا الى زيادة التحميل على الشبكة وإطالة مدة التصفح.[10]

من جانب آخر أعلنت شركة في إم وير VMware عن تطوير برمجيات تتيح استخدام نظامي تشغيل معاً على الهاتف الذكي، بحيث يمكن تثبيت نظام ويندوز موبايل مثلاً ونظام آندرويد في هاتف واحد.

ووفقاً لما تشير إليه التقارير، فسيعمل أكثر من نظام تشغيل معاً على الهاتف في آن واحد، بحيث يمكن الانتقال من أحد هذه الأنظمة إلى نظام آخر مباشرة، وبدون الحاجة إلى إعادة تشغيل الهاتف، أي بصورة مشابهة لتشغيل أنظمة التشغيل الافتراضية في الكمبيوتر.

وأشارت الشركة إلى أنها استخدمت احد المواتف الذكية المزوّدة بذاكرة بسعة 128 ميغابايت لتشغيل نظامي ويندوز موبايل ولينوكس معاً، إلا أنها ستطلب من الشركات المطورة لاحقا استخدام هواتف ذكية مزودة بذاكرة بسعة 256 ميغابايت لاستخدام برمجيات في إم وير الخاصة بتشغيل أكثر من نظام تشغيل معاً.

وفيما يتعلق بالموارد المحدودة للهواتف الذكية عموماً، ولاسيما بالنسبة للمعالج والذاكرة، أشارت الشركة إلا أن موارد الهاتف الذكي وبالرغم من قدراتها المحدودة ستكون قادرة على تشغيل نظامي تشغيل معا.

أما الفائدة من التقنية الجديدة فهي تخصيص أكثر من منصة عمل على الهاتف نفسه الذكي، بما يعادل تقريبا استخدام زوج من الهواتف المحمولة معا، إذ أن الهدف الأساسي من استخدام نظامي تشغيل معا هو تخصيص نظام تشغيل لاستخدامه أثناء وقت العمل (ولـيكن ويندوز موبايل مثلا)، ونظام تشغيل آخر للاستخدام بعد الانتهاء من العمل (لينوكس مثلا)، إذ تكون التطبيقات المتوفرة على نظام ويندوز موبايل تناسب بيئة العمل مثل تطبيقات أوفيس، وتكون التطبيقات المتوفرة على نظام لينوكس تناسب الاستخدامات العادية بعد العمل مثل الألعاب أو التطبيقات الأساسية غير المرتبطة بالعمل.

وتضمن هذه الطريقة لمدراء التقنية في الشركات فصل تطبيقات الهاتف الجوال المخصصة للأعمال عن التطبيقات الأخرى، بحيث يمكن التحكم ببياناتها مثل تعديلها أو حتى حذفها دون التأثير على بيانات البرامج والتطبيقات العادية، بحسب اريان برنس.

ووفقاً للكثير من الدراسات، فإن نسبة عالية من رجال الأعمال تقوم بتخصيص هاتف ذكي خاص للاستخدام في العمل، إذ يكون مزوّداً بنظام تشغيل مناسب للأعمال، ومع برمجيات في إم وير الجديدة فسيصبح من الممكن اختزال النفقات الخاصة بالهواتف الذكية من خلال دمج منصة التشغيل الخاصة بالعمل والمنصة الخاصة بالاستخدام المنزلي في هاتف واحد.

لكن الأجهزة الجوالة تجعل من الشبكات الاجتماعية أمراً مفروضاً أكثر، لأنها تمكننا من المشاركة في ما نراه ونفعله في حياتنا اليومية في الزمن الحقيقي، ويعود رواج (تويتر) الهائل إلى قدرة المستخدمين على الـ(وتوتة) من أجهزتهم الجوالة عن طريق إعلانات ومنشورات لا تتجاوز 140 رمزاً وحرفاً، كما قامت فيسبوك بتقديم نمط تعبيري من (نقرة واحدة) على شاكلة أيقونة لإبهام مرفوع يعني زر (الأمور التي تعجبني) (Like)، وهو أكثر رواجا على شاشات الجوال الصغيرة.

وطرحت تقنيات التجوال هذه بُعداً أكثر شخصية، إذ شرعت مليارات الدولارات في الإعلانات تتحول بسرعة إلى الوسائط الجوالة، وبات على الأصناف والماركات التجارية مواجهة السؤال العسير في كيفية دخول هذا الوسط الذي هو مجموعة معقدة من التفاعلات والاتصالات بين الملايين من المستهلكين.

وإحدى الإمكانيات الأخرى لاستخدام الأجهزة الجوالة جعل الأشياء تتكلم، إذ تذكر إحدى شركات الألبان السويدية باسم (skanemejeriet) أنه من المهم أن تستطيع منتجاتها الطبيعية أن تخبرنا بقصتها، فقد طرحت تطبيقاً هاتف «آي فون» يمكن لمستهلكي المواد الغذائية الاستهلاكية إدخال رمز من ختم التاريخ الموجود على علبة الحليب الكارتونية لمعرفة المزيد عن المزارع المحلي الذي أنتج هذا الحليب.

وخلال السنوات الكثيرة الأخيرة حازت الدول الفقيرة والنامية على أجهزة خلوية جوالة بمعدلات تفوق نظيرها في الدول المتقدمة بأربعة أضعاف، وهذه الأجهزة ليست هواتف ذكية بعد، ووظائفها محصورة في إرسال الرسائل النصية القصيرة.

ولكن عندما يتعلق الأمر بجمع كميات كبيرة من المعلومات تناسب المجموعات السكانية، سواء كانت أسواقاً، أو تسعيرات، أو محاصيل، أو الطقس، أو الصحة، أو الأمراض والأوبئة، أو التلوث، أو البيئة، فإن المعلومات والبيانات الجماعية المأخوذة من ملايين المستخدمين لا تتطلب شبكات (3 جي) أو هواتف ذكية، لذا تستمر (نوكيا) في شحن المزيد من الهواتف الجوالة من أي صانع آخر للإلكترونيات الاستهلاكية، ففي بلدان العالم المتطور لا تقوم هذه الأجهزة بوصل الأشخاص بعضهم ببعض، بل الأشخاص أيضاً بمصادر المعلومات العالمية.

والفرص هنا كثيرة تبدأ من النظم الجوالة لتسديد المدفوعات والخدمات المصرفية، ولتأسيس أعمال تجارية صغيرة يتوجب على رجال الأعمال الحصول على أساليب غير نقدية لتسديد بدل الخدمات والأتعاب وثمن المشتريات، وهذا ما شرع لخدمات (المحفظة الجوالة) مثل (موني) و(إم – بيسا) أن تترك وقعاً كبيراً على التطور الاقتصادي، كذلك شرع في استخدام الهواتف التي تقبل المدفوعات النقدية وتخزنها وتحفظها كأجهزة حشد

المصادر الجماهرية التي تمكن بعض فقراء العالم من كسب المال عن طريق القيام بأعمال صغيرة.[1]

وقد تجاوز العالم الإلكتروني حدوده التي كانت متوقعه له فبعد أن دخل في الحياة الخاصة بصورة اجبارية للكثير من مستخدميه فهو أصبح الآن يمثل عدة وسائل يحتاجها الكثير من الاشخاص وكل حسب هواياته واحتياجاته.

أرقام ودلالات

أشار تقرير أخير صدر عام 2012 إلى ان عدد مستخدمي الهواتف النقالة في العالم ستة مليارات شخص، وعدد مشتركي الاتصالات النقالة سيتجاوز قريباً عدد سكان الكرة الأرضية، وإن 75% من سكان العالم يحملون هواتف نقالة، ويقدر التقرير أنه بحلول عام 2015، سيصل عدد سكان العالم إلى 7.5 مليار شخص، مما سيرتفع عدد مشتركي خدمة الاتصالات النقالة إلى تسعة مليارات مشترك.

وأوضح التقرير أن عدد مشتركي الاتصالات الهاتفية النقالة في الدول النامية بلغ 77% من عدد المشتركين في شتى أنحاء العالم عام 2010، بالمقارنة بـ29% عام 2000، ومع تنوع مستخدمي الهواتف النقالة تتنوع طريقة استخدامهم لهواتفهم، وان أكثر من 30 مليار تطبيق للهواتف النقالة تم تحميله من شبكة الإنترنت عام 2011.

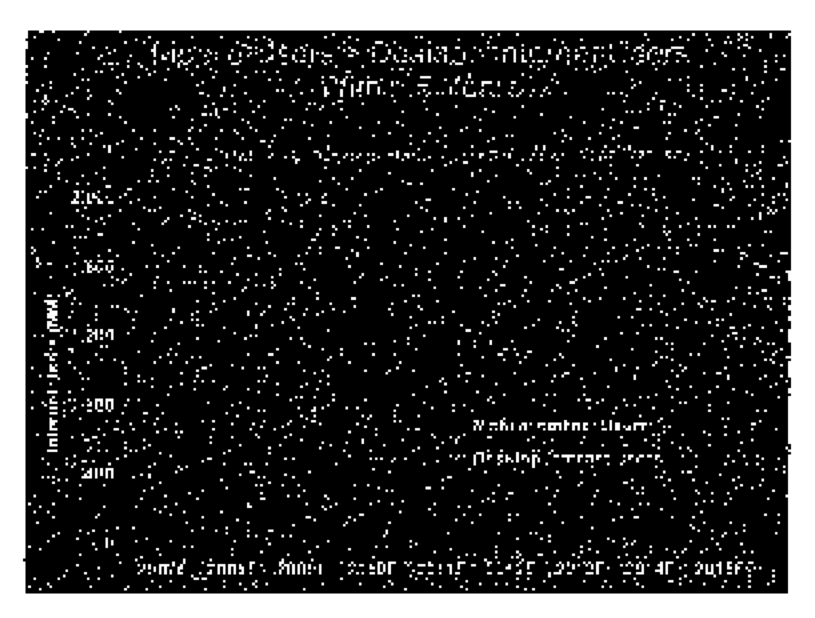
ويجمع الخبراء على إن خدمات الاتصالات المحمولة ستتيح فرصاً كبيرة لدفع التنمية البشرية والاقتصادية قدماً، من حيث إتاحة سبل الحصول على المعلومات المتعلقة بالتعليم أو الرعاية الصحية إلى تقديم المدفوعات النقدية، وإلى تحفيز خلق فرص العمل وحث المواطنين على المشاركة في العمليات الديمقراطية.

ويتمثل التحدي الذي، ما زال بحاجة إلى التصدي له، في ضرورة تمكين الأفراد والشركات والحكومات في البلدان النامية من تطوير تطبيقاتها المحمولة التي تلائم ظروفها المحلية كي تستطيع تحقيق أقصى استفادة من هذه الفرص.

وأشار (تيم كيلي) كبير متخصصي سياسات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بالبنك الدولي واحد مؤلفي التقرير: إن ثورة المحمول في بداية منحنى صعودها، فالأجهزة المحمولة تزداد قوة وتتدنى أسعارها، في حين يتضاعف حجم الشبكات من حيث سعة خطوطها كل 18 شهراً تقريباً ويتسع نطاقها ليشمل المناطق الريفية، وتستفيد البلدان في مختلف أنحاء العالم من هذه الإمكانيات، ففي الهند مثلاً قام برنامج الحكومة المحمولة في ولاية كيرالا بنشر أكثر من 20 تطبيقاً وتيسير أكثر من 3 ملايين معاملة بين الحكومة والمواطنين منذ بدأ البرنامج عمله في ديسمبر 2010.

وبرزت كينيا كأحد رواد الاستفادة من الهاتف المحمول من أجل التنمية، وذلك في المقام الأول بفضل نجاح منظومة خدمة الدفع عبر الهاتف المحمول، وتقدم شركة أكيراتشيكس ومقرها نيروبي، على سبيل المثال، خدمات إنشاء الشبكات وتوفير التدريب للمتخصصات في مجال التكنولوجيا.

وذكر تقرير للاتحاد الدولي للاتصالات الصادر في مدينة جواد الاجارا المكسيكية أن شبكات الهاتف المحمول أصبحت متاحة الآن لحوالي 90٪ من سكان العالم وأن نسبة انتشار الهاتف المحمول في الدول المتقدمة وصلت إلى 68٪ من إجمالي عدد السكان وهي نسبة تشبع لم تحدث مع أي تقنية سابقة.



شكل (32)

من جانب آخر قال الاتحاد الدولي للاتصالات إن عدد الرسائل القصيرة المرسلة من الهواتف النقالة ارتفع 3 أضعاف خلال السنوات الثلاث المنصرمة ليصل إلى 6 مليارات و100 مليون رسالة في 2010 أي ما معدله 200 ألف رسالة في الثانية مقابل 1.8 تريليون رسالة في عام 2007، أي أن قطاع الاتصالات يجني ما معدله 14 ألف دولار في الثانية من خدمة الرسائل النصية القصيرة (SMS).

وتعد الولايات المتحدة والفيليبين من أكثر الدول استخدامًا لهذه الخدمة إذ تغطيان 35% من مجموع الرسائل القصيرة في العالم، كما أن 90% من سكان العالم أصبحوا على اتصال مع شبكات الهاتف المتنقل.

ومع ذلك دعت الأمم المتحدة الدول النامية إلى اتخاذ المزيد من الإجراءات لتوسيع استخدام خدمة الهاتف النقال لما لها من أثر في ملحوظ في مكافحة الفقر.

وأظهرت دراسة أن الماليزيين هم الأكثر في قضاء الوقت على وسائل الإعلام الاجتماعي، بمعدل تسع ساعات في الأسبوع، وبعدد أصدقاء يصل في متوسطه إلى 233 صديق للشخص الواحد، وفي المرتبة الأخيرة، جاء اليابانيون بمعدل 29 صديق، بحسب وكالة أنباء الـبي بي سي.

وتوصلت الدراسة إلى أن معظم مستخدمي الإنترنت يدخلون على الشبكة العنكبوتية من أجل الاستهلاك الإعلامي، فهناك 61 في المائة يتصفحون شبكة الإنترنت يوميا، مقارنة بـ54 في المائة ممن يشاهدون التلفزيون، و36 في المائة ممن يستمعون للراديو، و32 في المائة ممن يقرأون الصحف.

فيما تقوم شركة إيرلندية بمد وسائل اتصالات للهواتف النقالة في جزر معزولة في المحيط الهادئ متيحة لملايين الاشخاص التواصل في احدى المناطق القليلة التي لا تزال خارج الثورة الرقمية، فمن هضاب بابوازيا-غينيا الجديدة العالية الصخرية الى مملكة تونغا الصغيرة جدا، انقلبت حياة سكان هذه المنطقة رأسا على عقب جراء ذلك.

وفي غضون سنوات قليلة احتلت الهواتف النقالة والحواسيب المحمولة حياتهم اليومية وكان لها تأثير على الاقتصاد والصحة والتربية أو حتى الوقاية من الزلازل، وبات بإمكان المزارعين الآن التحقق من اسعار المواد الغذائية في الاسواق المحلية ويمكن لسكان البلدات القيام بتحويلات مالية عبر هواتفهم، وعند وقوع زلزال وهو أمر شائع في هذه المناطق يتلقى السكان إنذارات باحتمال حصول تسونامي عبر رسائل نصية هاتفية قصيرة.

ويقول غافين موراي من (آي اف سي) الفرع المكلف القطاع الخاص في البنك الدولي ليس لديهم طرقات وغالبا ما لا يحصلون على الكهرباء، وفجأة يقع عليهم الهاتف النقال". ويضيف "لهذا الامر تأثير كبير على هذه المجتمعات، في غالبية الاماكن يقول الجميع ان الحصول على خدمة الهاتف النقال غير حياته".[12]

النقال شاهد اثبات

أخطر اللاعبين الجدد هو الهاتف الجوال، ففي جيله الثالث صار وسيلة لنقل البث التلفزيوني، كما أن التلفزيون صار وسيلة لعرض رسائل الهاتف القصيرة، حتى أنه اطلقت محطات تلفزيونية خصيصا لخدمة الجوال للاستفادة من مداخيل الرسائل وبعضها أكثر من مداخيل الإعلانات التجارية، وصارت بعض شركات الهاتف في العالم من اكبر ملاك وسائل الاعلام والسؤال الذي حير الاعلاميين لماذا الحكومات ساكتة على غير عادتها؟ أحد الاسباب انها مثل من حاول سد تسرب مياه السد بإصبعه، فالسد على وشك الانهيار وهي تعرف هذا.

أيضا علينا ان ننتبه الى الحافز المالي فهو الذي يدفع الحكومات إلى السكوت والصبر على خدمات الإعلام الجديد رغم ما تحمله الهواتف من رسائل، والمواقع من نقد، والبريد من تأليب، الدافع الرئيسي للتسامح الرسمي هي المبالغ الهائلة التي تجنيها شركات الهاتف الحكومية، او الخاصة التي تمول الحكومات بأموال صارت تمثل المصدر الثاني بعد النفط لمداخيل، دول الخليج مثلا.[13]

وتؤكد الانتفاضات العربية أن (تقنية الاحتجاجات) التي نشأت مؤخراً من كاميرات الهاتف المحمول وحتى شبكات التواصل الاجتماعي تغير سلوك الناس في ظل الديكتاتوريات والأنظمة الاستبدادية.

وقبل صعود (تقنية الاحتجاج) كان على الأفراد أن يتحملوا طغيان الأنظمة المستبدة لأنه لم تكن تتوفر لهم سوى أدوات قليلة لتنظيم الاحتشادات الجماهيرية بدون تفادي الكشف عنها، وبكل بساطة كان المواطن العادي يفتقر إلى الأدوات الضرورية ليتفوق على حاكمه من حيث الدهاء، وقد امتلكت الأنظمة الاستبدادية على وجه السرعة قدرات قمع المنشقين والمعارضين قبل أن يكون بمقدور الأفكار أن تتطور إلى شبكة من الحركة الجماهيرية.

وقد أطلق هذا العنان للطغاة ليمارسوا سلطاتهم الغير محدودة لتزوير الانتخابات وسرقتها باستمرار وقمع أية معارضة بل وارتكاب مذابح بحق مجموعات من الناس الذين يعدونهم أعداء للدولة، ولم تكن تتوفر لدى شهود هذه الجرائم التقنية لبث قصصهم لبقية العالم على أمل التدخل الإنساني.

ولنأخذ البوسنة على سبيل المثال، ففي عام 1995 بدأت الميليشيا الصربية القومية و(الجيش الوطني اليوغوسلافي) القتل العشوائي لآلاف البوسنيين في سريبرينيتسا في البوسنة في 11 تموز/ يوليو، ومع ذلك، فإن العالم الخارجي قد سمع بتقارير عن مذبحة يتم ارتكابها ولكن فقط بعد ذلك بكثير في وقت لاحق من ذلك الأسبوع عندما كانت الميليشيا الصربية و(الجيش الوطني اليوغوسلافي) قد أوشكوا على الانتهاء من جرائمهم مما أسفر عن مقتل أكثر من 8000 شخص.

أما تقنيات هذه الأيام والتي لا نأبه لها كثيراً مثل الهواتف ذوات الكاميرا والاتصالات اللاسلكية وشبكات التواصل الاجتماعي فتسمح بتسجيل الجرائم التي ارتكبتها الحكومات وقت حدوثها والإبلاغ عنها، وهذا يشبه ثورة اجتماعية حيث إن مواطني الأنظمة الاستبدادية وقامعيهم قد أصبحوا الآن رأساً برأس، وذلك للمرة الأولى على الإطلاق.

وتعد الانتفاضة السورية مثالاً على ذلك، فعندما قتل عشرات الآلاف من المواطنين في حماة في عام 1982 كان السوريون في مدن أخرى جاهلين تماماً، ولم يعرفوا عن حدوث مثل هذه المذبحة وقتها، واليوم يشاهد جميع السوريين بصورة يومية وينزلون إلى الشوارع للاحتجاج، وهذا بفضل الانترنت وتقنيات الاتصال الحديثة التي توفر حيزاً اجتماعياً وسياسياً للتعبئة وهو الحيز الذي ليس بوسع الحاكم السيطرة عليه.

إن (تقنية الاحتجاج) الجديدة مثل الهاتف المحمول البسيط هو الذي سمح لكل متظاهر أن يصبح مراسلاً متمكناً يذيع أشرطة الفيديو وينشر الصور ويروي حكايات عما تمارسه الأنظمة من قمع، إلى الناس في جميع أنحاء العالم.[14]

وبمعنى آخر، فأن معظم الصور الذي التقطت بكاميرات هواتف محمولة، وجدت طريقها إلى مواقع إلكترونية، كموقع فيسبوك ومواقع أخرى، نجح مرتادوها في اختراقها رغم حجبها، وأظهرت للعالم أحداثاً ما كان ليتمكن من مشاهدتها قبل التطور الهائل في ثورة الاتصالات.

وكشفت اشرطة الفيديو التي تصور في مواقع التظاهرات غير المسبوقة التي تهز انظمة الشرق الاوسط وشمال افريقيا وتبث من تونس إلى القاهرة مروراً بالبحرين، عن متظاهرين معظمهم من الشبان يرفعون أجهزة نقالة لتصوير ما يجري من حولهم، وهذه الاشرطة التي تبدو صورها مهتزة في غالب الاحيان، تعرض احيانا تظاهرات سلمية، وأحياناً أخرى مشاهد مجازر، وهي تنشر على مواقع فيسبوك وتويتر وفليكر ويوتيوب، وعندها تتدخل الشبكات التلفزيونية مثل (الجزيرة) و(العربية) و(سي ان ان) لتعيد نقلها وتبثها على شاشاتها.[15]

وتعد صحافة المواطن من الوسائل الجديدة New media المتسمة بالتفاعلية والفورية التي كان لها حضوراً متميزاً في تغطية الانتخابات الإيرانية التي جرت في حزيران 2009 إذ منحت لجنة تحكيم جائزة (وورلد برس فوتو) للصورة الصحفية لعام 2009 لصورة كانت قد أخذت عن شريط فديو بث علي موقع يوتيوب يظهر الطالبة ندى اغا سلطان التي قتلت في 20 حزيران في أحد شوارع طهران خلال تظاهرات تلت الانتخابات الرئاسية، وقال المنظمون أن المشهد الذي التقطه أحد الهواة لعب دوراً أساسياً في تغطية

الأحداث، وأصبحت (ندى أغا سلطان) رمزاً عالمياً للمعارضة الإيرانية، بعد ان نشرت صورها في العالم وهي تنزف حتى الموت في احدى التظاهرات التي حصلت في طهران، إذ انتشر في أنحاء العالم كله شريط مصور بواسطة هاتف جوال تظهر فيه مضرجة بالدماء على أحد الأرصفة.

ومن الأحداث التي أثارت غضب العالم الشريط الذي بثته القناة الثانية الإسرائيلية حيث أظهر الشريط مستوطناً من مستوطنة (كريات أربع) في الخليل وهو يدهس شابا فلسطينيا اتهم بمهاجمة مستوطنتين، وأظهر الشريط المصور قيام السائق وهو زوج إحدى المستوطنتين بدهس الفلسطيني (وسيم مَسْوَيه) من الخليل ثم الرجوع عليه ودهسه ثانية على الرغم من أن طواقم الإسعاف كانت تعالجه بعد أن أطلق جندي النار عليه.

ومن الأحداث المهمة التي غطاها أحد المواطنين الأمريكان هي حادثة سقوط طائرة (الإيرباص 320) الأميركية فوق نهر هدسون قبالة مانهاتن بنيويورك يوم 15 كانون الثاني 2009 هو الذي يمكن النظر إليه ليس بوصفه خبراً عادياً بل هو يؤشر لعصر جديد عنوانه (صحافة السرعة) أو المواطن الصحفي فأول من التقط صورة الطائرة هو مواطن أميركي عادي يدعى جانيس كروس بالطبع لا أحد يعرفه، هذا المواطن تحول إلى أسرع صحفي في العالم عندما شاهد الطائرة في لحظة السقوط وأمسك بهاتفه النقال ليرسل الصورة إلى الصحيفة وتوزع فيما بعد على المواقع الالكترونية والمدونات، وقد تحول ربان الطائرة إلى بطل قومي بفضل المتابعة المباشرة لملايين الناس للحظات هبوطه بسلام في نهر هدسون لينقذ أرواح 148 راكباً وخمسة من طاقم الطائرة ليستحق بذلك جميع الأوسمة والتقدير.

كما إن تغطية السياح لكارثة تسونامي بكاميراتهم الشخصية شكلت نقطة تحول جوهرية حيث غيرت الناس من مجرد مشاهدين متابعين للحدث إلى مشاركين في صنع الأخبار، وهو ما يعد نقلة نوعية في مجال الإعلام، أحد ضباط الدفاع المدني وقد سجل على يده أرقام الاتصال بعدد من أقارب الضحايا بسبب عدم وجود ورقة وقلم، ليقوم بعد ذلك بتصوير يده وتحميلها على شبكة الإنترنيت ونشرها، مما أسهم في لم شمل عشرات العائلات والأسر بفضل اعتماد أساليب غير تقليدية في الإخبار ونقل المعلومات.

كما استخدم الهواتف المحمولة في الحملات السياسية أو البث، من خلال التركيز على استخدام النص أو الرسائل القصيرة، ويوجد لدينا نوعان من الأمثلة الموثقة توثيقاً جيداً من الفلبين، فقد اضطر الرئيس جوزيف استرادا في عام 2001 إلى الاستقالة بعد حملة شعبية ضده دبرت عن طريق الرسائل القصيرة، وفي الانتخابات الرئاسية لعام 2004، كانت الرسائل القصيرة وسيلة شعبية للغاية بالنسبة لحملة أهم المرشحين.

وما قد تم حتى الآن بالنسبة للرسائل القصيرة، يمكن أن يتطور بشكل سريع من خلال ملفات الصوت والفيديو، مع تطورالجيل الثالث من الهواتف القادرة على تبادل الملفات بسهولة، وهكذا يتم التداخل بين التقنيات القائمة على الإنترنت (مثل البودكاستينغ) والاتصالات الهاتفية الخلوية، ويمكن بث الرسائل السياسية من خلال مزيج من وسائل الإعلام، فيمكن المشاهدة أو الاستماع من خلال الهواتف أو من خلال أجهزة الستيريو الشخصية، هذه التقنيات يمكن أن تكون متاحة لجميع المشاركين في الحملات الانتخابية، ويمكن أن تستخدمها الأحزاب من أجل توزيع مواد الحملة الانتخابية، ويمكن لوسائل الإعلام أن تشجع الجمهور لاستقبال هذا البث؛ ويستطيع مديرو الحملات الانتخابية استخدامها لتثقيف الجمهور، وزيادة المشاركة السياسية، لاسيما في صفوف الناخبين الشباب. [16]

أن استخدام الجوال أو الهاتف النقال في الحياة اليومية أصبح أكثر من ضرورة لدرجة انه أصبح من النادر أن تجد أحداً لا يملك هاتفاً نقالاً، وذلك لايجابياته العديدة فهو يجعلك دائما قريبا من العائلة ومن الأشخاص الذين يهمك أمرهم إضافة إلى انه أصبح له مزايا ايجابية عديدة من خلال التبليغ عن الجرائم لحظة حدوثها كالسرقة وأيضاً في الإسعافات عندما يتعلق الأمر بحادث مرور بمنطقة معزولة أو على مستوى الطريق السريع، كما أن الهواتف الجوالة حسب أهل الاختصاص كان لها اثر اقتصادي واجتماعي كبير ساهم في تغيير وجه المنطقة، حيث لعب دوراً كبيراً في خلق مئات الآلاف من فرص العمل الجديدة، مساهما بذلك في دعم النمو الاقتصادي وتعزيز التآلف والأمن الاجتماعي، خاصة وان استخدام الهواتف الجوالة في الجزائر فاق كل التصورات، دون أن ننسى الأثر الاجتماعي الكبير الذي تركه الهاتف الجوال على جيل الشباب وبالذات في الانتشار الواسع لتبادل رسائل الجوال القصيرة او استخدامها للتصويت في البرامج الموجهة للشباب، فضلا

عما تلعبه من دور كبير في إنقاذ أرواح المواطنين في حال تعرضهم إلى حوادث في أماكن معزولة حيث يسهل الاتصال بسيارات الإسعاف فضلا عن استخدامه كوسيلة للاطمئنان على سلامة من يحبونهم في كل منطقة بهذا العالم.

التسويق وتقنية الهاتف الجوال

في الماضي، كانت الوسيلة الوحيدة للتواصل مع العملاء هي عبر الإعلانات التقليدية في الصحف والمجلات والراديو والتلفزيون، هذه الوسائل جميعها يصعب عليها الوصول إلى شريحة محددة من العملاء يتم استهدافها تحديداً برسائل شخصية موجهة لهم دون سواهم، ولكن ومع ظهورأدوات التواصل الاجتماعي تغير ذلك بشكل جذري، حيث أصبحت هذه الأدوات تلعب دوراً رئيسياً في التأثير على سلوك العملاء بما في ذلك: الانتباه، التعريف، الاستحواذ، الرأي، قرار الشراء، إضافة إلى عملية التقييم والتواصل مع العميل بعد الشراء[17]، قبل ظهور الإنترنت لم يكن أمام المنظمات التجارية أي وسيلة لجذب انتباه العملاء إلا عن طريق الحملات الإعلانية ذات التكلفة الباهظة، أما اليوم فقد غيرت الإنترنت ذلك بما تملكه من خصائص جعلت بمقدور المنظمات التجارية إيصال رسائلهم إلى عملائهم المستهدفين بشكل محدد وأكبر قدر من الإنتشار وبتكلفة لا تذكر، لقد أدى الإنتشار الكبير للإنترنت في الدول المتقدمة إلى تحفيز عمليات تطوير وتوظيف المصادر الرقمية المختلفة مثل الهواتف الجوالة وشبكات التواصل الاجتماعي كالمدونات ومواقع الشبكات الاجتماعية والويكيز وغيرها من الخدمات التشاركية متعددة الوسائط، هذه الأنماط الرقمية لم تعمل فقط على تغيير توقعات العملاء هي الشكل تفاعلهم مع الموقع أو المنظمة، ولكنها غيرت أيضاً من الكيفية التي تمارس فيها التسويق في الفضاء الرقمي[18] يتكون مزيج الاتصال التسويقي من مجموعة من الأدوات التي يمكن استخدامها بمقادير مختلفة وبدرجات متباينة من الكثافة بهدف التواصل مع العملاء المستهدفين، وإضافة إلى تلك الأدوات فإن هنا كالوسيلة (Media) التي يتم بها نقل الرسالة، ويوجد خمس أدوات رئيسية للاتصال وهي: الإعلان والترويج والعلاقات العامة والتسويق المباشر والبيع الشخصي.

ظهور الإنترنت والتطورات المتتابعة للتقنيات الرقمية أدت إلى بروز شكل جديد من أشكال الإتصال التفاعلي والذي منح مُستَقبِلُ الرسالة دوراً أكبر في العملية الاتصالية، وقد أدى ذلك إلى تطور مفهوم مزيج الاتصال التسويقي بشكل تحول معه الإهتمام الأكبر

في حملات الإتصال الجماهيري إلى أنشطة الإتصال ذات الطابع المباشر من خلال استخدام التسويق المباشر، وتؤخذ شبكات التواصل الاجتماعي جزءاً أساسياً من المزيج التسويقي يتكامل دورها مع الأدوات التقليدية في مزيج الاتصال التسويقي بحيث أصبح بمقدور الشركات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تلك للتواصل مع عملائهم من خلال منصات مثل المدونات وفيسبوك وتويتر.[19]

والتسويق وسيلةٌ أساسية يستطيع أصحاب الأعمال بواسطتها إعلام المستهلكين بمنتجاتهم وخدماتهم وإقناعهم بشرائها، ومع تطور التقنية عبر الزمان، حاول المنتجون على الدوام الاستفادة من التقنيات الجديدة في ابتكار أساليب ووسائل جديدة يُسوِّقون بواسطتها المنتجات والخدمات والدعاية لها والإعلان لها، وآخر هذه الوسائل كانت رسائل الهاتف المحمول، فأصبح لدينا أسلوب جديد للتسويق يدعى بالتسويق النقّال (Mobile Marketing)، والتسويق النقّال هو أي شكلٍ من أشكال التسويق أو الدعاية أو الترويج للمنتجات موجّهٍ للمستهلكين، ويُبثّ باستخدام رسائل الهاتف النقّال، ويجري هذا التسويق باستعمال تقنيات عديدة أهمها خدمة الرسائل القصيرة (Short Message Service) التي تعرف بـ (SMS)، وخدمة رسائل الوسائط المتعددة (Multi Media Service) التي تعرف بـ (MMS)، فضلاً عن إرسال الملفات الصوتية والمرئية، وإذا كانت هذه التقنيات تستخدم اليوم على نطاق واسع من قبل مستخدمي الهاتف النقّال، إذ ترسَل المليارات من الرسائل حول العالم شهرياً، فإن استخدامها من قبل قطاع الأعمال في عملية التسويق ما زال في بداياته، وإن كان يزداد يوماً بعد يوم، فقد بدأ العديد من الشركات تدرك أهميتها في عملية التسويق، وتدخلها ضمن خطة الشركة التسويقية.

ولكن ما هي المزايا التي تجعل التسويق النقّال مختلفاً عن غيره، وتدفع الشركات لاستخدامه وسيلةً تسويقية جديدة؟ يعتبر التسويق النقّال في الواقع منخفض التكلفة نسبياً إذا ما قورن بوسائل التسويق الأخرى، وهو يسمح أيضاً بإيصال الرسائل التسويقية إلى أكبر عدد ممكن من المستهلكين على نحوٍ متواصل، وطوال ساعات اليوم، إذ إنه غير محدود بالزمان والمكان، ويمكّن الشركات من متابعة زبائنها والمحافظة عليهم، وذلك بإرسال آخر العروض والمنتجات إليهم عبر هواتفهم النقّالة، وفضلاً عما سبق، فإن هذا النوع من التسويق يمكّن الشركات من تخصيص عروضها التسويقية بحسب الفئة التي ينتمي إليها

المستهلكون، فالشركة المقدمة لخدمات الهاتف النقّال تستطيع أن تعرف إلى أي منطقة جغرافية ينتمي صاحب الرقم، ومن أي طبقة اجتماعية أو عمرية هو، وما هي مهنته واختصاصه في الحياة، وتستطيع هذه الشركة أن تبيع هذه المعلومات إلى الشركات الراغبة في تسويق منتجاتها وخدماتها، لترسل إلى المستهلكين رسائل تتناسب مع أذواقهم واهتماماتهم، ثم إن نظام التوضّع الجغرافي يمكّن من معرفة مكان صاحب الجهاز في أي لحظة معينة، لترسل آخر العروض المتوفرة في هذا المكان إليه، وأخيراً، فإن هذا الأسلوب في التسويق يسمح بحدوث تجاوب كبير فيما بين المستهلك والمنتج، فجهاز الهاتف النقّال يرافق المستهلك دائماً، مما يسمح للمستهلك فيما إذا أعجبه العرض بالاستجابة له فوراً، بأن يرد على الرسالة المرسلة إليه، أو أن يتصل بالمنتج ليستفسر بتفصيل أكبر عن المعلومات التي أرسلت له.[20]

ويتوقع المراقبون أن تصبح أجهزة الهواتف المحمولة محفظة المستقبل الإلكترونية إلى جانب كونها تحتوي على الكاميرات الرقمية الصغيرة وشرائح الكمبيوتر الإلكترونية مما مكنها من أن تكون أكثر من مجرد أجهزة اتصالات متنقلة، وليس هذا بالأمر الجديد، فحالياً يستخدم بعض مدمني أجهزة الهواتف المحمولة في أوروبا وآسيا تلك الأجهزة في التسوق.

إن ما يطلق عليه التجارة الإلكترونية عبر الهاتف المحمول قد حقق حجم تعامل مالي قدره نحو 6.8 مليار دولار أمريكي وأن معظم هذه الأموال استخدمت في شراء مكونات الكترونية كنغمات الهاتف والألعاب والصور الرقمية التي يمكن طلبها وتثبيتها علية، وأن تجارة المكونات الرقمية تعد أسرع أنواع التجارة نموا حتى الآن وأنه كلما زاد شعور الأشخاص بالراحة تجاه التعامل فيها ستكون الخطوة التالية هي اشتراكهم في خدمات أكثر جدية.[21]

وتتسابق الشركات الكبرى حالياً لإضافة خدمات أخرى على هذا الجهاز الصغير في حجمه، الكبير في إمكانياته، لذلك فإن العاملين على تطويره يؤكدون أنهم يستندون على أسس قوية للتطوير والفائدة المرجوة منه، فخاصيته الحالية المتعلقة بإرسال البيانات والصور والمؤشرات، وارتباطه اللاسلكي، وسعة خزنه، وإمكانية ارتباطه بشبكة الإنترنت والأقمار الصناعية، قد زود الباحثين بأفكار رائعة لاستخداماته في المستقبل، علماً أن بعض هذه التطبيقات قد بدء يرى النور فعلا، والبعض الآخر والأكبر ما زال قيد التطوير والبحث.

أما للمستقبل القريب، فيرى العاملون في المجال الطبي أن بإمكانية عمل الكثير، لذلك يحبون ان يطلقوا عليه تسمية أداة الاتصال الصحية، فبالإضافة إلى فوائده كأداة اتصال ونقل معلومات وصور، وتذكير ببعض المواعيد، وأداة خزن، فسيكون له دور كبير في العديد من المجالات التالية:

- تصميم أجهزة تدمج مع جهاز المحمول لقياس ضغط الدم ونبضات القلب والسكري، أو إمكانية ربط آلات الفحص المنزلية بجهاز المحمول، ونقل بياناتها اولا بأول، ومن ثم متابعة الحالة، وأي تغير يمكن أن يحدث.
- نقل البيانات الطبية من أماكن يفتقر فيها وجود وسائل الاتصال كالمناطق النائية، وأماكن حدوث الحوادث في المناطق الجبلية والوديان والمحاطة بطرق وعرة.
- يمكن وضع آلات لقياس العلامات الحيوية للمريض، وربطها بالمحمول، ومتابعة حالة المرضى من دون الحاجة الى المراجعة المستمرة لمن هم في وضعية مستقرة.
- يمكن استخدام المحمول لخزن بيانات المريض، وبالتالي إمكانية مراجعتها في أي وقت، كما يمكن استلام بياناته أو إرسالها مع اجهزة الخزن في المستشفى.
- في حالات مرضية خاصة، كاضطراب دقات القلب، أو الحالات التي تحتاج الى مراقبة لوظائف الجسم خلال الايام العادية، يمكن استخدام المحمول لتسجيل القراءات المستمرة لفترة من الزمن، ومن ثم تحديد الحالة المرضية بناءاً على هذه القراءات.
- استخدام المحمول كمحلل للبيانات، أو كأداة وصل مع محلل البيانات في المستشفيات، وذلك من خلال ارسال بيانات حالة المريض واستلامها مباشرة وفي وقت مبكر، كما هو الحال في حالات الطوارئ، حيث ترسل بيانات خاصة عن حيوية وكيميائية الدم والجسم، مثل قراءة درجة تجلط الدم، أو المستوى الهيدروجيني (ph) للدم.
- دمج المحمول مع أنظمة الرعاية الصحية، والتي يمثل المحمول فيها وسيلة الاتصال الرئيسية بين النظام والمريض ومتابعة حالته.

ستعمل هذه الافكار المستقبلية في جعل المحمول أداة لمساعدة المرضى، ومراقبة حالاتهم، وتقليل عدد مرات زيارتهم للمستشفى، كما يعمل كأداة لنقل بياناتهم الصحية، والتي ستعمل على تخفيف العبء عن المرضى، وتجعل مزودي الصحة أكثر اتصالا بمرضاهم، على الرغم من انخفاض عدد مراجعاتهم.[22]

وأوضحت دراسة حديثة أجرتها مؤسسة (بوز الن هاملتون) للاستشارات الإدارية أن التسويق عبر الهاتف الجوال يمثل بديلاً ناجحاً للشركات التي تبحث عن مستهلكين جدد لمنتجاتها في منطقة الشرق الأوسط، وقالت الدراسة أن افتقار المنطقة إلى خدمات توزيع بريدية ناجحة وتدني مستوى انتشار الإنترنت، وتزايد معدلات انتشار الهواتف الجوالة سيفتح المجال واسعا أمام شركات التسويق، لاستخدام الهاتفات الجوالة للقيام بحملات إعلانية مباشرة للجمهور.

وأكدت الدراسة أن التسويق المباشر يمثل 2% فقط من جملة الإنفاق الإعلامي في الشرق الأوسط، وما لا يتجاوز 6 ملايين دولار فقط، في حين تصل النفقات الإجمالية للتسويق المباشر في أميركا وأوروبا إلى حوالي 20% من الميزانيات الإعلانية الإجمالية للشركات، وأشارت الدراسة إلى أن التقاء صناعة الاتصالات وصناعة وسائل الإعلام يمكن أن يتيح فرصا جديدة لتقديم خدمات القيمة المضافة المتصلة بالمعلومات والتسلية، بما فيها التسويق عبر الهاتف الجوال، وهو ما يمكن أن يؤدي لإنعاش صناعة التسويق المباشر ويتيح خيارات جديدة أمام المعلنين مثل خدمات الأخبار العاجلة عبر الرسائل القصيرة.

وبدون شك أن الجمع بين صناعة خدمات القيمة المضافة وأنشطة التسويق المباشر التقليدية يجعل من التسويق عبر الهاتف الجوال واحدا من أكثر الخيارات جاذبية للمعلنين، وهو ما سيخلق سوقاً واحدة لأربعة أنواع من المؤسسات المرتبطة بهذه الصناعة، وتقوم معظم الوكالات الإعلانية العالمية الكبرى بعقد تحالفات وشراكات مع مقدمي خدمات المضمون بهدف تعزيز مكانتها كوكالات إعلامية متميزة متخصصة في التسويق التفاعلي عبر الهاتف الجوال، كما تعمل تلك الوكالات على تعزيز تحالفاتها مع الشركات المقدمة لخدمات التطبيقات وشركات برمجيات الهاتفات الجوالة لتزويد الهاتفات المصنوعة مستقبلا بإمكانيات استرجاع المعلومات عن المنتجات وأسعارها، مما يساعد المستهلك على اتخاذ القرار المناسب، أما الشركات الشريكة مع الشركات مشغلة الاتصالات فيمكنها أن تعمل على توفير مجموعة كبيرة من التطبيقات على الشبكات وان تدير قواعد البيانات وان ترفع من معدلات تشغيل الشبكات من خلال التركيز على الخدمات التسويقية، أما الأفراد المستثمرون والمطورون والمبرمجون فيمكنهم توفير خدمات متكاملة والعمل على تقديم تطبيقات وبرامج

تتوافق مع رغبات الجمهور المستهدف بدلاً من ترك السوق تحت رحمة الخدمات البسيطة والتقليدية كالرسائل والنغمات.[23]

وتتغير الأنشطة والقنوات التسويقية بمرور الوقت مع ظهور أدوات رقمية جديدة يمكن تسخيرها في خدمة الإعلان، وبدأت خلال السنوات القليلة الماضية الشاشة الرابعة (الهاتف المتحرك)، بسحب البساط تدريجياً من تحت أقدام الوسائط التقليدية

تتغير الأنشطة والقنوات التسويقية بمرور الوقت مع ظهور أدوات رقمية جديدة يمكن تسخيرها في خدمة الإعلان، وبدأت خلال السنوات القليلة الماضية الشاشة الرابعة الهاتف المتحرك، بسحب البساط تدريجياً من تحت أقدام الوسائط التقليدية.

وتشير تقارير صادرة عن مؤسسات أبحاث عالمية إلى أن المستقبل أمام هذا النمط الإعلاني يبدو مشرقاً، فبحسب تقرير صادر عن مؤسسة "Strategy Analytics"، سيصل حجم الإنفاق على مثل هذا النوع من الإعلانات بحلول عام 2012 إلى 14,48 مليار دولار.

لقد أصبح التسويق عبر الهاتف المتحرك منافساً لا يستهان به لطرق التسويق والإعلانات التقليدية في القارة الأوروبية والولايات المتحدة الأمريكية، إلا أنه لا يزال يحبو خطواته الأولى في عالمنا العربي، بانتظار أعمال التطوير والابتكارات والتسهيلات التي توفّرها مؤسسات الاتصالات العاملة في المنطقة لشركات الإعلانات المتخصّصة بمثل هذا النوع من التسويق.

والتحدي الآخر يتمثل بأن الهدف من إعلانات الهواتف المتحركة هو تحقيق التواصل بين المُعلن والمستهلك الهدف بطريقة عصرية وأكثر تفاعلية، إلا أن هذا النوع من الإعلان لا يزال بدائياً في الوطن العربي؛ حيث يقوم معظمه على إرسال رسائل إعلانية بشكل رسائل نصية قصيرة تروّج لمنتجات وخدمات متنوعة، الأمر الذي يشكل انتهاكاً لخصوصية المستخدم.

وتقوم غالبية إعلانات الهواتف المتحركة في المنطقة العربية على مبدأ توجيه رسائل نصية قصيرة إلى العموم دون معرفة مسبقة لاستعداد المستقبل، وصلاحية وملاءمة هذه

الرسالة للمستهلك، وهو ما يتجاهل حقيقة أن الإعلان خلال الهاتف يتميز بخصوصية تنبع من سببين أساسيين، أولهما تلك العلاقة الوثيقة التي تربط بين المستخدم والجهاز، وثانيهما القدرة على قياس نتائج الإعلان بدقة أكبر عن تلك المطبقة مع الإعلانات التقليدية.

ومن التحديات التي تواجه المسوّقين الذين يفكرون باعتماد الهاتف المتحرك كقناة تواصل مع المستهلكين المحتملين، هي ارتفاع تكلفة الاتصال بشبكة الإنترنت باستخدام الهاتف المتحرك، ولكن مؤشرات السوق إيجابية كسعي الحكومات إلى تحرير أسواق الاتصالات في المنطقة، ورفع مستوى المنافسة بين المشغّلين، ولقد بدأنا نرى ثماراً طيبة في بعض الدول كالمملكة العربية السعودية التي يمكن الحصول فيها على اشتراك شهري مفتوح بخدمة الاتصال بالموجة الواسعة (برودباند) عن طريق الهاتف المتحرك، دون تحديد لكمية البيانات التي يقوم المستخدم بنقلها، لقاء اشتراك ثابت.

كما تبدو السوق الإماراتية أرضاً خصبة أيضاً لمفهوم التسويق عبر الهاتف المتحرك، نظراً لمعدلات انتشار الهواتف المحمولة المرتفعة، وهو ما يتجسد على أرض الواقع بإقبال الشركات العالمية على جلب تقنياتها الخاصة بهذا الميدان إليها، وكانت شركة "غيت إنفو" أحدث المنضمين إلى ركب هذا التوجّه، عبر طرحها لخدمة تبادل المعلومات التجارية عبر الهاتف المتحرك بين التجار والمستهلكين لتسويق السلع.[24]

النقال كوسيلة إعلامية

شهدت صناعة المعلومات والاتصالات في ظل انتشار التكنولوجيا الرقمية تطوراً وتوسعاً ملحوظاً في قطاع الهواتف المحمولة، وما صاحبه من تغيرات اجتماعية واقتصادية ناجمة عن التبني الواسع الانتشار لاتصالات الهواتف المحمولة، فقد أصبح الهاتف المحمول أكثر من وسيلة اتصال أو امتداد للخطوط الأرضية، وإنما أصبح وسيلة لوسائط إعلامية متعددة بشكل جيد، فقد اتضح من بعض الدراسات أن مستخدمي الهاتف لا يريدونه فقط لإجراءاتصالات وإنما أيضا للإستفادة من الوسائط الإعلامية المتعددة الملحقة به.

وقد ظهرت هذه الإستفادة بشكل واضح في عام2006 بظهور الجيل الثالث من الهواتف المحمولة التي تعمل على نقل مواد مرئية بدرجة عالية من النقاوة وبالتالي يمكن

استخدامه يوميا يسجل ويحرر ويدون الأحداث والقصص اليومية، وأيضا القدرة على استقبال البث التليفزيوني بالإضافة إلى أن الجيل الثالث سيمكن مستخدميه من الاتصال بشكل أسرع مع شبكة الانترنت، والتي سهلت من إرسال وإجراء المعاملات البنكية والتسوق وخدمات تنزيل المواد السمعية والبصرية، وإمكانية بث المعلومات منخلال الهاتف المحمول نشأت الخدمات الإخبارية التي تقدم من خلال التطبيقات اللاسلكية، وهذه التطبيقات اللاسلكية تعد المعبر إلى عالم جديد من البيانات المتحركة مثل خدمات خاصة عن (الطقس، الرياضة، الأخبار، التسوق، التسلية، الترفيه، الخدمات المصرفية، أخبار البورصة) كل ذلك يتم توافره من خلال الهواتف المحمولة، وأشار مستخدمي المحمول بشكل مكثف أن جمعاً كبيراً من المواقعالإعلامية على شبكة الانترنت أصبحت شديدة الاهتمام بالهاتف المحمول، وتبث إليهموادها على مدار الساعة على سبيل المثال مواقع شبكات التليفزيون العالمية(CNN- FOX NEWS- ABC- BBC) وبالنسبة للدول العربية نلاحظ تلك الظاهرة ولكنها محدودة وليستمنتشرة في كل الدول العربية ومن هذه الشبكات التليفزيونية (العربية – الجزيرة – أبوظبي- دبي (lbc) وغيرها من القنوات الأخرى المتخصصة في الدراما والترفيه، وأتاح الهاتف المحمول كأداة إعلامية جديدة العديد من الأشكال الجديدة في نقل المعلومات بين الأفراد والتعامل مع الهاتف المحمول كنوع من التكنولوجيا المحلية مثل الراديو والتليفزيون أي أن استخدام الهاتف المحمول أصبح شيء عادي ومألوف في الحياة اليومية مما يفسر سرعة انتشاره كوسيلة إعلام متحركة غير مرتبطة بالمكان أو الزمان.[25]

إن مفهوم الإنفوميديا وما أنتجه من تقارب بين وسائل الاتصال المختلفة أعطى لوسائل الاتصال غير الإعلامي كالهواتف الجوالة أدوارا إعلامية، ففي الجيل الثالث من الهواتف المحمولة هناك مجموعة من البرامج التي تتيح لصاحب الهاتف الجوال أن يكون وسط الأحداث فيقوم بتصوير مجموعة من مشاهد الفيديو أو الوثائق أو الصور، ثم ينقلها بضغطة زر إلى مدونته الموجودة على الإنترنت ليراها الناس لحظة حدوثها، وهذه التقنية ليست بدعا من أصحاب شركات الهواتف الجوالة، بل تم هذا بالتنسيق ما بين شركات إنتاج الهواتف الجوالة وشركات إنتاج التطبيقات الحاسوبية والشركات الراعية لبعض مواقع المدونات بحيث تتيح بعض مواقع المدونات للمشتركين أصحاب المدونات أن يجروا بعض الإعدادات الخاصة لمدوناتهم لتزويدها عبر الهواتف النقالة.

أكد تقرير حديث لشركة عالمية متخصصة في بحوث تقنيات الجيل الجديد من الاتصالات أن الجوال سيساهم بقوة في دفع مسيرة الإعلام الالكتروني، ويأتي ذلك نتيجة اندماج قدرات أجهزة الهاتف النقال مثل الكاميرات ونظام تحديد المواقع مع أنظمة البرود باند والاتصال السريع بالانترنت العالية السرعة بكل يسر وسهولة مع مواقع التواصل الاجتماعي مثل اليوتيوب والفيس بوك وغيرها لينتج من ذلك كماً هائلاً من المساهمات الاعلامية لكل الشباب الداخلين على هذه الانظمة والذي يقدر عددهم بالملايين، ويضيف التقرير قائلا لقد أصبحت شبكة التواصل الاجتماعي التي تشمل (facebook، youtube)، وغيرها من المواقع جزءاً مهماً من نسيجنا الاجتماعي، هذا الامر سرع انتقال هذه الوسيلة من الحاسوب إلى الهاتف النقال وتسريع البيانات التي تؤمنها تقنيات مثل HSPA و A،EV-Do Rev و B.Rev و HSPA'.

حيث شهد عام 2008 تواصل 92.5 مليون شخص عبر العالم بواسطة الشبكة الاجتماعية المتوفرة لدى الهواتف الجواله، ويتوقع نمو هذا الرقم ليصبح 698.1 مليون في العام2013، ان بيئة الهاتف الجوال ستتطور من مجرد وسيلة تواصل اجتماعي لتشمل استراتيجية الشبكة المعلوماتية، انها تقدم مواصفات شخصية عدة لا يقدمها الحاسوب مثل الشاشة التي تعمل باللمس، GPS، مسجل الفيديو الجوال وكاميرات Megapixel هذا على سبيل المثال لا الحصر كما جاء في تقرير forrester Research تحت عنوان كيفية تقديم اجهزة الجوال التواصل الاجتماعي للحاسوب بان تآلف الكاميرات وتحديد الموقع سيجعلان الهاتف الجوال مستقبلا الجهاز الاعلامي الرئيسي في الاسواق.(26)

أن شبكة الإنترنت تعتمد على الاتصالات السلكية واللاسلكية –وما زال الجزءالأكبر يعتمد على الخطوط الأرضية بدلا من الهاتف النقال، وهناك مثالان مباشران يؤكدان أهمية هذا.

اولا، هناك من الهواتف في مانهاتن أكثر مما هو موجود في أفريقيا كلها.

وثانيا: إن جنوب أفريقيا التي وصلت إلى المستوى الثامن عشر في مجال الاتصال من خلال شبكة الإنترنت في العالم، لم يجر فيها أكثر من نصف السكان اتصالاً هاتفياً واحداً، وهذا يعني بكل بساطة، أن الإنترنت لا تزال وسيلة الاتصالات للأغنياء نسبيا، بدلا من أن

تكون لعامة الناخبين في العالم، وعلى هذا الأساس فهي على خلاف الإذاعة والتلفزيون: ومن المرجح أن تظل كذلك في المستقبل المنظور، ومع ذلك، سرعان ما أصبحت الإنترنت وسيلة ذات أهمية حيوية للاتصالات السياسية – أنظر إلى الجهود التي تبذلها الحكومات مثل الصين من أجل الحد من الوصول إلى (مواقع ويب تخريبية)، وفي سياق تخضع فيه وسائط الإعلام التقليدية للرقابة الشديدة، يمكن للإنترنت أن تكون وسيلة هامة لأعداد صغيرة من الناس في الحصول على معلومات حساسة من الناحية السياسية، والتي يمكن تعميمها على نطاق واسع، وبعبارة أخرى، إن أهمية الإنترنت بالنسبة لمعظم العالم، أنها تمكن من وضع أفكار بديلة للتداول، بدلا من أن تعمل كوسيلة للاتصال الجماهيري من قبل الأحزاب والمرشحين أو السلطات الانتخابية، إن اللقاء بين تقنيات البث والاتصالات السلكية واللاسلكية يحتمل أن يؤدي أيضاً إلى توثيق الروابط بين وسائط الإعلام التقليدية والإنترنت، ومن المؤكد أن الجوانب الرئيسة في حقل ما يمكن أن تعبر بسهولة إلى حقل آخر، ولقد انتقلت الاتصالات الهاتفية نحو استخدام الأقمار الصناعية، في حين تحول نقل البث نحو استخدام الكوابل من الألياف البصرية، ويبدو أن التبعات الاقتصادية والاجتماعية سوف تميل على الأرجح نحو نمو الاحتكارات الخاصة في سائل الإعلام في مجال الإذاعة والإنترنت، ولو أخذنا الانترنت بعين اليقين بالتعاون مع وسائل الإعلام التقليدية، فإنها سوف تنمو وتزداد أهمية، وعلى كل حال فإن العديد من الصحفيين يستخدمون الإنترنت الآن كمصدر هام لكتابة تقاريرهم، كماتستخدم السلطات على نحو متزايد المواقع على الشبكة العالمية كوسيلة لنشرالمعلومات، وبعد ذلك يمكن التقاط هذه المعلومات من قبل وسائل الإعلام التقليدية ونشرها على نطاق أوسع، هذا مهم بشكل خاص، على سبيل المثال، عند نشر النتائج، وإذاتم الربط بين موقع ويب مع نتائج قاعدة البيانات على جهاز كمبيوتر سلطة الانتخابات، يعني ذلك أن تكون النتائج متاحة للجمهور على الفور، كما يمكن أن تكون الانترنت أيضا وسيلة هامة لتوزيع مواد مثل (حزمالبث الإذاعي)، وهذه وسيلة فعالة جدا لجعل البرامج متاحة لمحطات إذاعية محلية أو إقليمية في البلدان الكبيرة، ولقدقامت اندونيسياعلى سبيل المثال، بتجربة هذه الطريقة، هذا ويمكن أن تستخدم الانترنت لتوزيع المواد التعليمية للناخبين أو توفير حصص البث الخاصة للوصول المباشر.[27]

تطبيقات الهاتف المتحرك

يعد التوجه نحو استثمار استخدامات الهاتف المتحرك، الأبرز في المشهد الإعلامي الجديد، خاصة مع انتشار الهواتف الذكية، وازدياد الإقبال على الهواتف المتحركة واستخداماتها في منطقة الخليج العربي.

فأصبحت التطبيقات الإلكترونية للعديد من الصحف الجماهيرية، والقنوات التلفزيونية والشبكات الاجتماعية مثل (فيس بوك) و(تويتر) وغيرهما، تتوافر بشكل متزايد على أجهزة (آي باد) والهواتف المتحركة المتقدمة، مثل (آي فون) و(بلاك بيري) خاصة مع ازدياد توجه الجمهور، لقراءة الصحف عبر الشبكات الإلكترونية الثابتة والمتحركة، وبنسب تصل إلى 45% ما يعني أن قراء الصحف عبر محركات الإعلام الجيد هم الجمهور الجديد (الشباب) فيما ارتفع معدل عمر قراء الصحف الورقية إلى سن 40 عاما وما فوق.

فانتشار الهواتف المتحركة في المنطقة، ساهم في تعزيز الاستثمار في محتوى الهاتف الجوال، ودفع في الوقت ذاته المؤسسات الإعلامية المقروءة منها والمرئية، إلى إطلاق قنوات خاصة على الهاتف الجوال، بعضها يقدم مواد حصرية لكأس العالم، وبعضها يقدم برامج إخبارية، ومحتوى (فيديو) حسب الطلب.

ففي إيطاليا ارتفع حجم المشتركين في تلفزيون الهاتف الجوال خلال عام إلى 830 ألف مشاهد، كما أعلنت الإمارات العربية المتحدة العام الماضي، عن منح ترخيص بث تلفزيوني عبر الهاتف النقال لمدة 10 سنوات، وكذلك توفير تطبيقات للمحتوى التلفزيوني والصحافي، بما يتفق وخصائص أجهزة الهواتف المتحركة، بمعنى أن الهاتف الجوال أصبح مصدراً رئيساً للترفيه والأخبار المقروءة والمسموعة والمرئية، مع توقعات بتزايد استخدام الجوال، كمنصة إعلانية بارزة، من خلال عمليات التحميل، والرسائل القصيرة، واشتراكات المحتوى، خاصة مع التوسع في استخدامات الإنترنت عريض النطاق الذي بات يمهد للانتقال من الإنترنت (الثابت) إلى الإنترنت (المتحرك).

فعدد السعوديين الذين يستخدمون الشبكات الاجتماعية التي تتوافر تطبيقاتها على الهاتف الجوال ارتفع إلى 65%، كما أن ما نسبته 20% من سكان المملكة يفضلون الإعلام الاجتماعي كوسيلة تواصل بحد الهاتف الجوال.

وهذا الأمر، يطرح استحقاقات كبرى حول مستوى استثمار النظام الإعلامي السعودي، لمستجدات التقنية ومتغيرات الجمهور، خاصة إذا أخذنا الهاتف الجوال وسيلة إعلامية مهمة، قابلة للاستهلاك الجماهيري، وبنسب نمو تصل في المملكة إلى 14% سنويا، مما يستدعي استثمار هذه الوسيلة الإعلامية، على أسس اقتصادية وإعلامية رفيعتين.[28]

وقد وجدت الأحداث العربية والعالمية طريقها بكل سهولة إلى جميع وسائل الإعلام العالمية رغم القيود الرهيبة التي فرضتها السلطات السياسية في ذلك الوقت حيث ظهر المواطن الصحفي والمواطن المراسل والناشط المذيع، ووسيلة الإعلام هي مجرد هاتف محمول مزود بكاميرا بسيطة.

وسواء اتفق الخبراء أو اختلفوا حول طبيعة الإعلام الجديد وخصائصه تبقى التجربة على الأرض قائمة ومستمرة بل ومتسارعة بشكل رهيب إلى حد إسقاط أعتى نظم الحكم المستبدة، الأمر الذي دفع كبريات شبكات الإعلام العالمية إلى التعاطي مع هذا الواقع الجديد حتى صارت مواقع الانترنت هي المركز الذي يضم محطات التلفزة والصحف الورقية، وقبل هذا وذلك شبكات التواصل الاجتماعي من عينة فيس بوك وتويتر.

هذا الواقع صنع ما يمكن أن يطلق عليه الإعلام اللحظي، وهو الإعلام الذي ينقل الحدث لحظة وقوعه وليس بالضرورة أن يكون الوسيط هنا وسائل الإعلام التقليدية من إذاعة وتليفزيون، وصحافة ورقية ومواقع الكترونية، فالقائم بالاتصال في الإعلام الجديد هو المواطن العادي أو شاهد العيان أو أي شخص معه هاتف محمول مزود بكاميرا يستطيع في لحظة وعبر فيس بوك أو تويتر أن يصبح ومن أي مكان مراسلاً صحفياً ينقل للعالم كله ما يدور أمامه.

صحيح أن هناك مآخذ مهنية على مثل هذه الوسائل لكنها تتجاوزها شيئاً فشيئاً بمرور الوقت فباتت هي الوسيلة الوحيدة مثلا لنقل وقائع ما يجري على أرض سوريا حيث منعت جميع وسائل الإعلام من العمل.[29]

وتعد المادة السمعية مصدراً إخبارياً ومعلوماتياً مهماً لأناس كثيرين اليوم، لا يزال الراديو تكنولوجيا مهمة حول العالم: إن أحد أكثر التكنولوجيات المنتشرة والمتاحة في الدول النامية، وتستمر في إحراز وصولاً هائلاً في الدول المتقدمة، مثل الولايات المتحدة، أصبح عرض الشرائح السمعية، في عالم الإنترنت، طريقة فعالة في استخدام الصورة والصوت معاً، لسرد قصص مثيرة للاهتمام، تعد التقارير المعدة بالفيديو وسيلة فعالة في التليفزيون وفيديو الإنترنت، يمكن كذلك تقويته بالصوت الذي يسجل على المحمول.

وتحتوي الهواتف المحمولة على خصائص معينة تجعلها مناسبة، على نحو خاص في التسجيل الصوتي:

- تستطيع كل هواتف المحمول إجراء المكالمات الهاتفية، باستخدام الأدوات المناسبة، ويمكن استخدام تلك المكالمات الهاتفية لإعداد التقارير السمعية.
- لأننا دائماً نحمل هواتفنا المحمولة معنا، يمكن أن يكونوا متاحين، في أي لحظة وفي أي مكان، باعتبارهم أجهزة تسجيل صوتي، ومن ثم يصبحون في المتناول لالتقاط الأصوات المهمة فور ملاحظتها، وتسجيل المقابلات المفاجئة، وغيرهم.
- تمنح الهواتف المحمولة وسيلة سهلة جداً لانتاج مقابلات سمعية حتى للمستخدمين غير التقنيين، يسهل جدا تسجيل مقابلة هاتفية باستخدام هاتفك المحمول وتكون شبه جاهزة للنشر.
- تستطيع بعض الهواتف الذكية اليوم، السماح للصحفيين المواطنين والمراسلين، بتحرير المادة السمعية على الهاتف ذاته، تستطيع قوة المايكروفون المدمج في الجهاز المركبة، ووصلة الإنترنت، معاً، أن يجعلا الهاتف الذكي ستوديو نشر للمادة السمعية في جيب أي شخص.[30]

إن التطورات الرقمية خلال الشهور الأخيرة ساهمت في صنع ثورة سينمائية جديدة بطلها الهاتف المحمول، مع الإمكانات الجديدة التي باتت تنطوي عليها تجهيزات

التصوير الخاصة به، وبعد الولادة المدوية لعدد من أفلام المحمول، انتشرت في عالمنا مهرجانات «أفلام الموبايل»، وأقيم بعض منها بالفعل في البلدان العربية؛ كما باتت الإنترنت تعرض على الرحب والسعة، المادة المصورة لمرتاديها، ويمكن للراغب أن يطلق على مواقع مختلفة فيها (مثل يوتيوب) الفيلم الذي صنعه، حتى يشاهده من يريد في أنحاء العالم... والطريف أن الفيلم الذي يمنع في مكان ما يحظى بانتشار أوسع في مواقع عدة، مما يجعل حجب عمل ما شبه مستحيل.

المهم أنه صار من الممكن عملياً أن يصور المرء فيلماً ويعرضه، ليشاهده الآخرون بين عشية وضحاها، وهذه ثورة كاملة في صناعة الفيلم، التي باتت ـ بعيداً عن الإعدادات التجارية ـ في متناول الجميع.

لقد كان للمواقع التفاعلية دور كبير في عرض الأفلام المصورة مثل Twitter ,Face book ,My space وعلى رأسهم YouTube، حيث يتيح هذا الموقع لزواره مشاهدة وإنتاج الأفلام مجاناً وبدون قيود أو محظورات وكذلك لعبت المدونات دوراً كبيراً في نشر الكثير الأحداث المصورة، فقد أصبح بإمكان أي شخص يمتلك مدونة من نشر الصور أو الفيديو الذي التقطه عبر الكاميرا على مدونته الخاصة وبإمكانه أيضاً أن يرسله لعشرات المواقع الخاصة مثله.[31]

دراسات حول تأثير نجم المستقبل

يحيط استعمال المحمول حاليا بهالة واسعة من الاتهامات المتعلقة بكونه مسبباً لبعض الأمراض والأعراض، التي بدأت تظهر لدى بعض مستخدميه، وقد أعلنت بعض المؤسسات الصحية حرباً باردة على المحمول، وادعت في بعض التقارير أنه يؤثر على النواقل العصبية في الدماغ، وكهربائية القلب، والعمليات الحيوية الكيميائية داخل الجسم، إلا أنه إلى الآن لا يوجد أي دليل علمي يربط بين هذه الأمراض والمحمول، وتجري الآن بعض الدراسات التي تحاول إثبات هذه الاتهامات وإيجاد حلول لهذه الاداة التي اصبحت جزءًا من حياة البشر.

وفي الجانب الآخر يقف فيه عدد أكبر من العلماء والباحثين الذين فضلوا النظر من خلال المنظار الإيجابي للمحمول، على أخذ إمكانية استخدامه بشكل اكبر في المستقبل وخصوصا في المجال الصحي، فبرأيهم سيكون للمحمول فوائد كثير نتيجة لصغر حجمه وسهولة امتلاكه وحمله والتنقل به، مع عدم عده ثقلاً أو أمراً غير مرغوب فيه، كما أن تقنيات التصغير والتقدم الهائل في الامكانيات التي يمتلكها، رشحته بشكل كبير ان يكون المرافق الصحي لكل مستخدميه.

ومع ذلك ما تزال الدراسات العلمية مستمرة للكشف عن الحقيقة العلمية بخصوص مضار الهاتف النقال.

فقد كشفت دراسة تناولت تأثير استخدام المواتف النقالة على السلوك البشري، أن التحدث عبر تلك الأجهزة يحد من الطابع الاجتماعي للناس بشكل كبير وتفاقم لديهم الطباع الأنانية، ما يجعلهم يمتنعون في الكثير من الأحيان عن مساعدة الآخرين في لحظات الشدة.

وقالت الدراسة إنه بقدر ما ساهمت تلك الأجهزة في جعل الناس يشعرون بأنهم أقرب إلى بعضهم البعض اجتماعياً، إلا انها فعلياً بدلت سلوكهم وحولتهم إلى كائنات أنانية.

ولفتت الدراسة التي عمل عليها فريق من جامعة ميريلاند الأمريكية، أن الإنسان تنتابه في الدقائق التي تلي التحدث عبر الهاتف النقال مشاعر طاغية من الأنانية، تحد كثيراً من رغبته بمد يد المساعدة للآخرين.

واستندت الدراسة على اختبار أجراه الفريق عبر السماح لمجموعة من المشتركين بالتحدث عبر هواتفهم، مقابل حرمان مجموعة أخرى من ذلك، واتضح أن أفراد المجموعة الأولى كانوا أقل استعدادا للتجاوب مع طلبات التطوع أو الإجابة على أسئلة تتعلق بطرق حل مشاكل العالم أو التبرع لأعمال الخير.

والغريب أن مستويات الأنانية ارتفعت لدى أفراد المجموعة الأولى، حتى بمجرد الطلب منهم رسم صور هواتفهم النقالة على أوراق أمامهم وتخيل التحدث عبرها.

ورجح العلماء أن تكون هذه الظاهرة نتيجة طبيعية لشعور الإنسان بالاكتفاء العاطفي بعد التحدث عبر الهاتف، مشيرين إلى أن البشر يشعرون بميل طبيعي للتواصل الاجتماعي، ثم يتراجع اهتمامهم بالتواصل بعد إشباع تلك الحاجة.

يشار إلى أن الدراسة رصدت ارتفاع مستويات الأنانية لدى البشر أيضاً بعد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، مثل موقع "فيسبوك" ولكن بنسب أقل مقارنة بالتحدث عبر الهواتف النقالة، وأعادت الأمر إلى أن انتشار الهواتف على نطاق أوسع وسهولة استخدامها.[32]

أكدت دراسة علمية حديثة ان الإدمان على استخدم الهاتف المحمول يؤدي للاصابه بمرض الزهايمر ((الخرف المبكر))، وجاء في الدراسة المنشورة في المجلة الطبية الأردنية ان الاشعة الكهرومغناطيسية الصادرة عن الهاتف المحمول تؤدي إلى الإضرار بالخلايا الدماغية وإتلافها مما يؤدي إلى فقدان الذاكرة بشكل تدريجي وبالتالي موت خلايا الدماغ والإصابة بمرض الزهايمر والذي يعني(الخرف المبكر) وعدم القدرة على الإدراك والمعرفة، وأكدت الدراسة أن مرض ضمور الدماغ لم يعد مقتصراً على كبار السن فقط وانما بدأ بالانتشار بين الشباب والشابات الذين يستخدمون التلفون المحمول (الجوالات) بشكل كبير ومستمر.[33]

نشرت منظمة الصحة العالمية تقريراً حول تصنيف أجهزة الهواتف الخلوية وعدها ضمن المواد التي (من المحتمل أن تكون مسرطنة لجسم الإنسان).

وبحسب ما ذكرت المنظمة، فإن الهاتف النقال بحد ذاته ليس بالضرورة أن يكون مؤذيا، لكن ما يزعج الأطباء هو كمية الإشعاع المنبعثة من الجهاز، والتي يمتصها الجسم، علما أن الهواتف الخلوية ليست متساوية من حيث مستوى انبعاث الإشعاعات، ويتم تحديد خطورة الهاتف النقال بقياس مستوى الإشعاع الذي ينبعث منه ويعمل الجسم على امتصاصه.

والمعيار المستخدم هنا هو ما يعرف (بمعدل الامتصاص المحدد)، والذي يقيس طاقة الذبذبات الإشعاعية التي يحصل عليها الجسم من الجهاز، إذ كلما كان معدل الامتصاص أقل، يكون تعرض الجسم لكمية إشعاع أقل.

وعلى كل الأحوال، لا يوجد لغاية الآن دليل قاطع على أن جهاز الخلوي الذي يطلق إشعاعا أكثر يشكل خطورة على الجسم أو أي خطورة على الإطلاق أكثر من الجهاز الذي تنبعث منه كمية إشعاع أقل.[34]

انتهت أول أكبر دراسة تُجرى حول العلاقة بين استخدام الهاتف النقال واحتمال الإصابة بأنواع من سرطان الدماغ، الى خاتمة غير مُقنعة، لا تؤكد احتمال الإصابة ولا تستثنيه، وإذا كانت شركات صناعة الهواتف النقالة قد رأت في تلك الخلاصة إنصافا لسلامة منتوجها، فإن المنتقدين يرون أن الدراسة أجْرِيت على أسُس غير علمية ولم تراعِ عدّة عوامل مهمة.

بعد انتظار طويل وتساؤلات شتّى، تمّ إنجاز أكبر دراسة حول احتمال أن يؤدّي الاستخدام المُفرط للهاتف النقال، إلى الإصابة بأنواع نادرة وفتّاكة من سرطان الدّماغ.

الدراسة التي شملت 13000 مُستخدم للهاتف النقال في 13 بلدا ودامت ما بين 2000 و2010 وكلفت حوالي 24 مليون دولار امريكي، انتهت إلى خاتمة خلاصتها أنه لا يُمكن الجزم بوجود علاقة بين استخدام الهاتف النقال والإصابة بالسرطان، كما أنه لا يمكن استبعاد ذلك كُلياً.

والدراسة من إعداد الوكالة الدولية لأبحاث السرطان، التابعة لمنظمة الصحة العالمية، وقد تم نشر نتائجها في الجريدة الدولية لعِلم الأمراض.

الخلاصة التي توصّلت إليها هذه الدراسة، التي تُعدّ أكبر دراسة أجريت حتى اليوم، هي أن 10٪ من المُشاركين الذين يستخدمون هواتفهم النقالة بكثرة، لديهم قابلية مُرتفعة بحوالي 40٪ للإصابة بنوع من سرطان الدّماغ المعروف باسم 'Glioma'، وأن هناك احتمالا أقل بحوالي 15٪ بالنسبة للإصابة بنوع شائع من سرطان الدّماغ يُعرف باسم 'Meningioma'، وقد تمّ التأكيد بأن أكثر حالات الإصابة تمسّ المنطقة التي يُستخدم فيها الهاتف النقال، أي بالقرب من الأذن.[35]

وكشفت دراسة أمريكية حديثة أن الهاتف النقال له آثار ضارة تنعكس بشكل سلبي على قدراتنا اللغوية والإدراكية خاصة أثناء استخدامه عند قيادة السيارة، وأشار المتخصص في مجال الطب النفسي واللغة الدكتور غاري ديل أن (الآثار الضارة لاستخدام الهاتف النقال أثناء القيادة لا تقتصر فقط على تشتيت انتباه السائق أثناء القيادة وتعريضه للإصابة بالحوادث، بل تمتد وتؤثر على قدرة المستخدم على الفهم الصحيح للغة أثناء الحديث وكذلك على الاستيعاب والإدراك واستخدام اللغة بصورة صحيحة).

واشارات إلى أن من التأثيرات السلبية على صحة الإنسان الناتجة عن استخدام الهاتف النقال مؤقتة تختفي بمجرد الراحة والتوقف عن استخدام الهاتف لفترة، وأن النقال لا يسبب أضراراً أو امراضاً مستمرة كما هو معتقد ولكن إذا تم الابتعاد عن الهاتف لفترة ينتهي الصداع والإرهاق وتتوقف فرصة انقسام الخلايا كما أن الأعراض المرضية تزداد في الأطفال لأنهم في طور النمو.

وأكد العلماء في جامعة واشنطن الأميركية مؤخراً صحة ما جاءت به الدراسات السابقة حول خطورة الهاتف النقال على صحة وسلامة الدماغ وتأثيراته السلبية على الذاكرة والمهارات العقلية، وان النقال قد يسبب فقدان الذاكرة طويل الأمد.[36]

بينت دراسة مشتركة بين علماء معهد أبحاث الجملة العصبية في موسكو مع خبراء الشركة الألمانية للاتصالات «Deutsche Telecom AG» تأثيرالإشعاع الكهرومغناطيسي الوارد من الهاتف الجوال على الجهاز العصبي، إذ أشارت الدراسة إلى أن ترك الجهاز مفتوحا في فترة الليل يؤثر بشكل مباشر على النوم ويشوشه في كافة مراحله سواء أكانت في طور رؤية الطيف أو في طور النوم العميق ولذلك أوصت الدراسة بوضع الهاتف بعيدا أثناء النوم، كما أن استخدام الهاتف لمدة 15 دقيقة في اليوم يؤدي إلى حفز بعض العمليات في الدماغ التي لم تعرف نتائجها لغاية الوقت الحاضر.

وكان الأطباء وعلماء البيولوجيا قد حذروا من استخدام الهاتف الجوال وفرط تعرض الجسم إلى الموجات الكهرومغناطيسية في مجال تردد مساو لـ900 ميغاهيرتز في سلم الترددات الفائقة وخطورة ذلك على صحة الجسم.

وقد لوحظ في الأساس التأثير السلبي لموجات الهاتف الجوال الكهرومغناطيسية وخطورتها على صحة الأطفال والأحداث، لكونهم في مرحلة النمو البدني التي تستمر لغاية عمر 25 سنة، وهي المرحلة التي تتميز بحدوث تغيرات مستمرة في عمليات الجسم العضوية وتأثير الإشعاع على الجهاز العصبي والمناعة والغدد الصماء والجهاز القلبي الوعائي.(37)

احتدم الجدل مؤخراً بين الأوساط العلمية حول الآثار السلبية لترددات الهواتف المحمولة ومدى خطورتها على الإنسان، فتارة يؤكد لنا بعض العلماء أن هذه الآثار خطر جسيم على أدمغة البشر، وتارة أخرى ينفي بعضهم هذا الادعاءات، ويعتبر أن آثار المحمول على الإنسان ما هي إلا مجرد أوهام ليس أكثر.

وقد فتح باب النقاش من جديد في هذا الموضوع بعد أن أفادت دراسة أعدها علماء أمريكيون وسويديون بأن استخدام الهاتف المحمول قبل الذهاب إلى السرير يحدث اضطرابات في عادات النوم، وأجري علماء في معهد كارولينسكا وجامعي واين أوباسادا وواين ستايت في ديترويت دراسة شملت 35 رجلاً و 36امرأة في إطار برنامج من أجل معرفة تأثير الاشعاعات المنبعثة من الهواتف المحمولة على الانسان، وتبين أن نصف المشاركين في الدراسة جري تعريضهم لاشعاعات شبيهة بتلك الصادرة عن الهواتف المحمولة، فيما تم إبلاغ النصف الآخر بأنه تعرض هو أيضاً للاشعاعات نفسها من أجل تأثير ذلك عليه، وتبين من الدراسة أن الذين تعرضوا للاشعاعات لم يتمكنوا من النوم بسرعة وعانوا من الأرق خلال الليل، فيما تمتع أفراد المجموعة الثانية بنوم عميق.

وفي السياق نفسه، حذرت دراسة حديثة أجريت حول تأثيرات ترددات الهاتف المحمول في فرنسا من احتمال ارتفاع خطر الإصابة بالورم العصبي وهو ورم دماغي، لدى من يكثرون استخدام الهاتف النقال، إلا أن معدي هذه الدراسة أعلنوا أن هامش الخطأ الإحصائي فيها واسع جدا بما يحول دون جزم صحتها نهائيا.

وخلصت الدراسة الفرنسية -التي شملت بين عامي 2001 و2003 أكثر من 350 مريضا يعانون أوراما في الدماغ أو في العصب السمعي و475 شخصاً سليماً- إلى أن

الاستخدام المنتظم، على الأقل مرة أسبوعيا للهاتف المحمول ليس مرتبطا بارتفاع خطر الإصابة بهذه الأمراض.

كما حذرت دراسة لمؤسسة (كليفلاند كلينك) الأمريكية من أن الإفراط في استخدام المحمول قد يؤدي إلى تدمير الحيوانات المنوية، وقد أثبتت الدراسة أن المحمول يسبب ضعف الخصوبة، لأن الرجل الذي يستخدم المحمول 4 ساعات يوميا أو أكثر يبلغ عدد الحيوانات المنوية لديه 50مليونا في المليمتر وحالتها متدهورة، مقارنة بـ69 مليوناً لمن يستخدمه ساعتين فقط يوميا، أما من يمتنع عن استعماله على الإطلاق فيصل عدد الحيوانات المنوية لديه 88 مليونا.

وقد أرجعت الدراسة السبب في ذلك إلى أن الإشعاع الصادر عن المحمول ربما يكون مضراً للحمض النووي الذي يؤثر على خلايا الخصيتين التي تنتج هرمون التستوسيزون.

وكشفت دراسة أمريكية حديثة أن استخدام الهواتف المحمولة قد يؤدي إلى انعزال الفرد عن ممارسة الأنشطة الاجتماعية ويصبح أكثر أنانية، رغم أن الهاتف المحمول يعد في الأساس وسيلة للإعلام الجديد ولتقوية الروابط الاجتماعية بين الأشخاص، وجاءت تلك النتائج من خلال دراسة أجرتها جامعة ميرلاند الأمريكية ونشرت بإحدى الدوريات الأمريكية.

ويفسر القائمون على الدراسة تلك النتائج بأن استخدام الهواتف المحمولة باستمرار يقتل الحاجة إلى التواصل لدى بعض الأشخاص ويشبع حاجة الإنسان للاحتواء من قبل الآخرين ويقلل رغبته في أن يتواصل أو يمارس أي نشاط أو سلوك اجتماعي مع الناس.[38]

وقد خلصت دراسة حديثة أجراها مستشفى (كليفلاند) الأمريكي إلى أنّ التحدث بواسطة الهاتف النقال فيما هو موضوع في الجيب، يقلّص من جودة المنيّ لدى الرجال.

وكشفت دراسة جديدة ان الأطفال الذين استخدمت أمهاتهم الهاتف المحمول كثيرا أثناء حملهن بهم والذين يستخدمون هم أنفسهم هواتف محمولة عرضة أكثر للمعاناة من مشكلات سلوكية.

وقالت الرابطة البريطانية للمتخصصين في الأمراض الجلدية إن الأطباء الذين حيرهم ظهور طفح غير مفسر على إذن أو وجنات اشخاص يتعين عليهم ان يتنبهوا الى حساسية جلدية تنجم عن الاستخدام المفرط للهواتف الخلوية.

واستشهدت الرابطة بدراسات سابقة وقالت أن طفحاً أحمر أو طفحاً تهيجياً يعرف باسم(التهاب جلدي بسبب الهواتف الخلوية) يؤثر على اشخاص أصيبوا بتفاعل شديد الحساسية مع السطح النيكل للهواتف الخلوية بعد قضاء فترات زمنية طويلة في التحدث بهذه الاجهزة.

وقالت الرابطة البريطانية إن الكثير من الأطباء ليسوا على علم بأن الهواتف الخلوية يمكن ان تتسبب هذه الحالة.

وأظهرت دراسات حديثة أنّ الاستخدام المفرط وطويل الأجل للهاتف المحمول يمكن أن يكون على علاقة بسرطان الدماغ، وفق مدير جامعة بيتسبورغ لأبحاث السرطان، رونالد هربرمان، ومدير معهد الصحة والبيئة في جامعة ألبانيا ديفيد كاربنتر، وأدلى كلا الباحثين بشهادتيهما أمام أعضاء لجنة السياسة الداخلية في مجلس النواب، حيث حرص هربرمان على التأكيد أنّه (لا أستطيع أن ابلغ اللجنة أنّ الهواتف المحمولة هي قطعا خطرة، ولكن، بالتأكيد لا أستطيع إبلاغكم أنّها آمنة).

كما خلصت النتائج إلى أنّ احتمال إصابة الأشخاص الذين يستخدمون الهواتف المحمولة بسرطان الدماغ هي ضعف نسبة الآخرين، وتقول الدراسة إنّ نسبة الإصابة بأورام في عصب السمع لدى هذه الفئة تعدّ مرتفعة مقارنة بمن لا يستخدمون الهواتف المحمولة.

كما أوضحت أنّ الأشخاص الذين تقلّ أعمارهم عن 20 عاما معرّضون أكثر من غيرهم بهذه الأخطار بمقدار خمس مرات،غير أنّ مدير برنامج الوقاية من الأوبئة في معهد السرطان الأمريكي، روبرت هوفر، نوّه إلى أنّ الدراسة ما زالت تحتاج إلى المزيد حتى تتخذ طابع الفاعلية والدقة العلمي الكاملة، كما أنّ جملة من الدراسات الدولية المتعلقة بتهديد الإصابة بسرطان عبر استخدام الهواتف المحمولة، يطلق عليها (إنترفون) لم تخلص بعد إلى

زيادة في الإصابات من شأنها أن تكون على علاقة بالهواتف وذلك طيلة السنوات العشر الأولى من ظهورها.[39]

جوال المستقبل

إن هاتف المستقبل، كما وصفته الشركات،تم تصميمه ليتناسب مع الذوق العام ومزاج الجمهور، فهو خفيف جداً يصل إلى حجم ورق مقوى، ويوضع على اليد بالكيفية نفسها التي توضع فيها الساعة على اليد أيضاً، والسبب وراء هذا التطور المذهل هو أن المهندسين توصلوا إلى تصميم دوائر إلكترونية فائقة الصغر!! وعالية الدقة، لها القدرة على معالجة البيانات بسرعات هائلة، ويسعى المهندسون حالياً إلى تصميم جوال المستقبل ليتناسب تماماً مع هذه النوعية من الدوائر الإلكترونية.

جوال المستقبل قد لا يتطلب منك اللمس أو الضغط عليه الأزرار، لأن الأزرار أصبحت من الموضات القديمة والعالم الآن بدأ استخدام تقنيات اللمس والأوامر الصوتية، وهو ما سيكون عليه الهاتف الجوال في المستقبل.

ومن هذا المنطلق، أولت كبريات شركات الاتصالات هذا الجانب اهتماماً مكثفاً من خلال تطوير تطبيقات تخدم المهتمين بمتابعة حساباتهم بربط مستخدمي الهواتف الذكية بحساباتهم البنكية لتسهيل عملية تصفحها،كما تعكف الشركات على تطوير نظام يمكن مستخدمي الأجهزة من تحويل الأموال فيما بين المستخدمين، لإتمام العمليات التجارية وشراء الاحتياجات، مركزة في ذلك على المناطق التي لا يمتلك فيها الأهالي أجهزة كمبيوتر، كالمناطق الزراعية مثلاً، ليتمكنوا من إتمام عملياتهم التجارية بيسر، فيما تعمل الشركة على تطوير تقنيات للدفع مباشرة من خلال توجيه الهواتف المتنقلة على المتاجر التقليدية، وخصمها من حسابك البنكي دون الحاجة إلى حمل مبالغ نقدية، وهذا جزء من عالم هواتف الغد الذكية التي ستوفر بعض منها في القريب، والتي ستمنحنا حياة أكثر تفاعلا مع اهتماماتنا، لكن هذه التطبيقات لا تعد سوى جزء يسير ضمن تطبيقات المستقبل القريب، والتي ستتضمنها الهواتف الذكية.

إن هواتف المستقبل ستسمح لصديقك بترك رسالة صوتية لك عند بناية ما أو محال تجارية لا تعرفها، وعندما تصل إليها في أي وقت وتشير بهاتفك على محل لبيع الأيسكريم مثلا تجد رسالة صوتية بصوت صديقك قد تركها لك ليحكي لك عن هذا المحل من جوالك عن اسم المحل ومزاياه وأفضل أنواع الأيسكريم التي يقدمها وافضل ما تناوله، وستعمل تقنية (وجه واضغط) التي ما زالت في مراحل التطوير، وتعتمد على قطعة إلكترونية مضافة إلى الهاتف، على توجيه الهاتف المتنقل على موقع ما ليعلمك برسالة صوتية، اعتمادا على نظام الملاحة الذي يتضمنه الهاتف، ليعطي مزيدا من التفاصيل عن هذه البناية أو المنشأة، وربطك بموقع هذا المكان على شبكة الإنترنت ليضيف مزيدا من المعلومات عنه، مع إمكانية قراءة شريط الأسعار على السلع المتوافرة في المحال التجارية، وسيتم ربط هذا التطبيق الذي يعتمد على تقنية مشاركة المواقع الجغرافية مع الآخرين (SO-OL)، مع نظام الملاحة GPS على الهاتف المتنقل ليعملا معا أثناء التجوال، للتأكيد للمستخدم من المواقع التي يرغب الوصول إليها، وهذه التقنية التي ما زالت في مراحل التطوير ستضمنها الهواتف المحمولة في منتجاتها خلال الفترة المقبلة، كما مكنت تطبيقات الملاحة على الهواتف المتنقلة من إضافة شعارات للخدمات المتوافرة في الموقع الذي تتواجد فيه على المحال المنتشرة من حولك، لتمكنك من سهولة الوصول إلى المواقع التي ترغب في الوصول إليها بسهولة والاختيار فيما بينها.

ولم يقتصر الأمر على هذا الحد، فقد طورت تقنيات مخصصة لتطبيقات الملاحة GPS، تعنى بأولئك الذين يسيرون على الأقدام في الوصول إلى المواقع التي يريدون الوصول إليها سيرا، فكافة تطبيقات الملاحة الحالية خصصت للتنقل على المركبات فقط، باستخدام الطرق والشوارع والممرات التي تسير فيها السيارات، فيما أن ما يتم تطويرها حاليا يسمح للمشاة الذين يملكون التقنية الجديدة على هواتفهم النقالة من الوصول سيرا إلى المكان المقصود عبر قطع الطرق والشوارع وخلال الأبنية في أقرب مسافة ممكنة، فقد طورت هذه التقنية للجيش الأمريكي لمساعدته في تخطي العقبات التي تواجهه أثناء سيره في الغابات وتوضيح التضاريس المختلفة التي ستواجهه أثناء سيره للوصول إلى أهدافه في أقصر مسافة وأسرع وقت دون بذل جهود وضياع الوقت في تخطي الحواجز الطبيعية كالأودية والأنهار والجبال، كذلك مكنت التطورات المتقدمة في عالم تطبيقات الملاحة في جوالات المستقبل من خلال التطبيقات والخدمات التفاعلية المتوفرة على أجهزة الهواتف الذكية دعم أنظمة الملاحة

في إمكانية متابعة سير المركبات الخاصة بمنشأتك في اللحظة، والطرق التي سلكتها والوقت الذي تواجدت فيه في مكان ما خلال مسارها اليومي، والتي كانت في وقت ما تقتصر هذه الخدمة على تقنيات توفر عبر أجهزة خاصة بتكاليف باهظة تزرع في المركبات وأنظمة تتبع تركب في مقر المنشأة، هذه التقنيات التي بعد غالبها في مراحل التطوير طرحت ضمن فعاليات ملتقى "عالم نوكيا" الذي أقيم خلال الفترة 2-3 أيلول (سبتمبر) الجاري في مدينة شتوتجارت في ألمانيا.[40]

وكشفت آبل النقاب عن خدمتها الخاصة لعرض الخرائط على الأجهزة المحمولة، وطورت قدرات البحث لمساعدها الصوتي برنامج سيري لتتحدى غوغل في ملعبها، حيث أدخلت الشركة عدة تعديلات على نظامها التشغيلي للأجهزة المحمولة في محاولة تحسين قدرته على المحافظة على ولاء المستخدمين، وتعزز التطويرات ترسانة أبل التي تعمل على إبقاء بيئتها المتكاملة للتطبيقات والعتاد متقدمة على المنافسين من منتجي أجهزة أندرويد مثل سامسونغ إلكترونيكس وموتورولا موبيليتي.

لكن الحدث الأبرز تمثل في إطلاق خدمة آبل الخاصة للخرائط بعد سنوات من التطوير وذلك في تحدٍّ مباشر لخدمة غوغل المنافسة والتي تعد من أكثر التطبيقات رواجا سواء على الهواتف الذكية بنظام أندرويد أو على أجهزة آي، فون التي تنتجها أبل نفسها،وسيتاح نظام تشغيل الأجهزة المحمولة الجديد من ابل (آي.أو.إس 6) في نهاية 2012، وسيحل التطبيق الجديد محل (غوغل مابس) الذي ظل حتى الآن تطبيقاً أساسياً على أجهزة آي،فون وآي، باد مما سيوجه ضربة كبيرة لغوغل التي تسهم أجهزة أبل بنحو نصف معدلات استخدام خدمتها للخرائط.

وتأتي خدمة خرائط أبل مزودة بصور ثلاثية الأبعاد للمدن، وتحديثات فورية لحركة المرور وتوجيه ملاحي خطوة بخطوة والأخير تقدمه غوغل على أجهزة أندرويد دون أجهزة أبل.

وستتوافر(سيري) – خاصية البحث الصوتي المبتكرة لأجهزة آي، فون والتي ينتقدها المستخدمون لعدم الدقة والشمول-على أجهزة(آي، باد) وستزود بقاعدة إجابات أكبر ولاسيما للرياضات والمطاعم والأفلام، وسوف تتكامل (سيري) أيضاً مع خدمة الخرائط الجديدة بحيث يستطيع المستخدم طلب إرشادات خطوة بخطوة.[41]

هوامش الفصل الحادي عشر

1. http://www.startimes.com/f.aspx?t=27458018
2. http://hanin.elaphblog.com/posts.aspx?U=5024&A=64567
3. http://digital-mediaph .com/ book/ index.php? option= com_content&view=article&id=106:2010-10-19-14-22-31&catid=39:2010-10-19-13-49-56&Itemid=76
4. وديع العزعزي، ثقافة الصورة، وتأثيراتها المحتملة على الشباب، بتاريخ الأحد 17 يونيو-حزيران 2012، موقع:

http://webmail.algomhoriah.net/newsweekarticle.php?sid=63269

5. أنظر للتفاصيل عن ثقافة الصورة:

- محمد عبد الحميد، حدود الاتفاق بين نتائج محتوى النصوص والصور الصحفية، مجلة بحوث الاتصال، العدد الرابع، كلية الإعلام: جامعة القاهرة، 1991.
سعيد جبر، الحق في الصورة، دار النهضة العربية، القاهرة، 1986.
- شاكر عبد الحميد، عصر الصورة، الإيجابيات والسلبيات: عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، العدد 311، يناير 2005.

6. http://asirm.maktoobblog.com/127
7. خلود القيسي، دوافع الاستخدام لدى مشتركي الهاتف الخلوي في الأردن، دراسة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في التسويق بكلية الدراسات العليا في الجامعة الأردنية، الأردن 2000، ص 1.
8. http://ejabat.google.com/ejabat/thread?tid=2bfb4f2d676cfb368-
9. http://www.aawsat.com/details.asp?section=54&article=648309&issueno=12029
10. أحمد محمد صالح، نحو نظرية اجتماعية للهاتف المحمول، انظر موقع:

http://www.hekmah.org/portal/%D9%86%D8%AD%D9%88-%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D9%91%D8%A9-%

11. http://www.aawsat.com/details.asp?section=13&issueno=1172
5&article=602296

12. أنظر للتفاصيل:

– وكالات الأنباء بتاريخ 19 يوليو 2012، انظر موقع البيان الاماراتية:

http://www.albayan.ae /economy/last - deal/ 2012-07-19-
1.1691258

– شبكة النبأ المعلوماتية– الأربعاء 16/ شباط/ 2011 - 12/ ربيع الأول/ 1432

http://annabaa.org/nbanews/2011/02/195.htm

13. عبدالرحمن الرشيد،الإعلام الجديد: لماذا تسكت الحكومات؟ موقع:

http://www.siironline.org/alabwab/alhoda-culture/105.html

14. http://www.washingtoninstitute.org/ar/policy-analysis /view/
can-dictators-urvive-new-media
15. http://www .shamssona .com/ News-5330. html
16. http:// aceproject. org /ace ar/ topics/ me/meb /meb03/ meb03b/
one Page
17. Mangold & Faulds (2009). «Social Media: the hybrid element of the promotion mix». Business Horizon 52:357-365
18. Baines p, Fill C & fage K (2011), Marketing, Ox Ford Press. Italy18-
19. Fridolf, Malin & Alem, Arnautovic (2011). Social Media Marketing: A Case Study of Saab Automobile A B. Masters Thesis.

20. عدنان يرتبو، التنظيم القانوني للتسويق باستخدام رسائل الهاتف النقال، مجلة القانون - العدد (6) - شهر آب 2006، انظر موقع:

http://www.infomag.news.sy/index.php?inc=issues/showarticle&issuenb=6&id=74

21. http://www.almotamar.net/news/11315.htm
22. http://forum.an3m1.com/t16111.html
23. http://www.aawsat.com/details.asp?article=265880&issueno=9485
24. http://www.kazdar.com/2010/companies/international-companies/%D9%83%D9%8A%D9%81-
25. http://www.rwoaa.com/vb/showthread.php?t=68
26. http://www.alriyadh.com/2010/04/09/article514766.html
27. سالي بيرنهايم، الحق في الاتصال: الإنترنت في أفريقيا، المادة 19، لندن، 1999

http://www.article19.org

28. http://www.okaz.com.sa/new/issues/20100608/Con2010060835493.htm

http://www.okaz.com.sa/new/issues/20100608/Con2010060835493.htm

29. http://digital.ahram.org.eg/articles.aspx?Serial=595036&eid=7178
30. http://mobilemediatoolkit.org/ar/%D8%A5%D9%86%D8%B4%D8%A7%D8%A1%D8%A5%D9%86%D8%B4%D8%A7%D8%A1-
31. نديم منصوري، دور الإعلام التواصلي الجديد في تحريك الثورات العربية، Published 17 April 2012

32. http://aljadidah.com/2012/02/%D8%A8%D8%AD%D8%AB%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AD%D8%AF%D8%AB-
33. http://fashion.azyya.com/43996.html
34. http://arabic.cnn.com/2011/scitech/6/2/cell.phones/index.html
35. http://m.swissinfo.ch/ara/detail/content.html?cid=8903576
36. http://m3art7orma.mam9.com/t3080-topic
37. http://www.aawsat.com/details.asp?issueno=8435&article=128861
38. http://www.okaz.com.sa/new/Issues/20120221/Con2012022147 9848.htm

http://www.jameataleman.org/newweb/news/24/5.htm

39. http://blog.amin.org/khaledmufleh/2009/07/05/%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AE%D8%A7%D9%88%D9%81-%D9%85%D9%86-
40. http://www.aleqt.com/2009/09/11/article_273112.html
41. http://www.albayan.ae/five-senses/mirrors/2012-06-24-1.1675410

الفصل الثاني عشر

تسونامي الربيع العربي وجمهورية الفيسبوك

مقدمة عامة...

في أواخر عام 2010 ومطلع 2011 اندلعت موجة عارمة من الثورات والاحتجاجات في مُختلف انحاء الوطن العربي بدأت بمحمد البوعزيزي والثورة التونسية التي أطلقت وتيرة الشرارة في كثير من الأقطار العربية وعرفت تلك الفترة بربيع الثورات العربية، وكانت من أسباب هذه الاحتجاجات المفاجئة انتشار الفساد والركود الاقتصاديّ وسوء الأحوال المعيشية، إضافة إلى التضييق السياسيّ وسوء الأوضاع عموماً في البلاد العربية، حيث انتشرت هذه الاحتجاجات بسرعة كبيرة في أغلب البلدان العربية، وتميزت هذه الثورات بظهور هتاف عربيّ أصبح شهيراً في كل الدول العربية وهو: (الشعب يريد إسقاط النظام).

ولم تكن ثورات الربيع العربي الا رد فعل للأوضاع المتردية التي عانى منها المواطن العربي خلال قرون من الزمن، فأنظمتها السياسية، تقمع مجتمعاتها، وتختزلها بالحاكم الواحد، وتقيد حرياتها وتكمم أفواهها، وتنبذ الديمقراطية وحق الاتصال والتعبير، وتمنع مشاركتها في صنع القرارات والتعبير، وبطالة قاتلة، وشباب مهمشون وضائعون، وفساد ورشى تستشري في مؤسساتها، وأنظمة تعليمية تقليديّة تجتر معلومات الأمس، وتهمل العصر وتقتل ثقافة الأمة ولغتها، وأنظمة إعلاميّة عربيّة تبحث عن الترفيه، وتسطح الفكر والحياة، وتكون أداة لتخريب ذوق المواطن.

في واقع الأمر، فإن الشباب العربي يعيش في مأزق ما يسمى بالتغيير، وقد لخصه أحد الباحثين العرب بمجموعة من الظواهر السلبية التي تتعلق بالمحيط الاجتماعي، وبمناخ الواقع الذي تسوده جملة من القيم الرديئة والتناقض الثقافي والفوضى الاقتصادية والفقر والفساد الإداري ومظاهر الاستغلال والتسلط والانحراف بكل صوره وأشكاله وأنواعه، إذ يبدو معقولاً أن نقول: إن الشباب يعانون من إرهاب اجتماعي متمثل في الظلم الاجتماعي، وإرهاب عدلي متمثل في ضياع الحقوق وعدم تكافؤ الفرص، وهناك التناقض الصارخ في مكونات وقواعد الدليل الثقافي عبر تربية الأسرة وتوجيهها، وتربية المدرسة وتوجيهها،

وتربية وسائل الإعلام وتوجيهها، ما يخلق آثاراً بالغة التناقض على يقين الشباب والتزامه الأخلاقي، وبالتالي هروبه (إلى اليقين الأكبر)، ربما ليس عن اقتناع كامل بل كرد فعل وملاذ ملجأ للتخلص من القلق والتوتر والمعاناة، فالشباب عندما ينظر حوله تبدو الصورة كئيبة من خلال البطالة والتمزق والفقر، وانعدام أو غياب العدل، فتمتلئ الصدور بالحقد والغضب والرغبة في تدمير كل ما هو قائم، وعند هذه النقطة تكون النفوس جاهزة لمسلسل الغضب والثورة.

عصر التواصل الاجتماعي

تاريخياً، لم تكن معركة الإعلام الجديد مرتبطة بالربيع العربي، فقد كانت تجربتها الأولى في العام 1999 بيوغسلافيا (صربيا والجبل الأسود) ضد نظام ميلوسوفيتش من خلال قوة المدونين في الإعلام الالكتروني، حيث استطاع هذا الإعلام أن يقوم بثورة فعلية وينجح في قلب نظام حكم الدكتاتور في صربيا ويستطيع تغيير النظام الدكتاتوري، مثلما حدث في جورجيا من خلال معركة المدونين والرسائل القصيرة في عملية التغير السلمي وتغير النظام من خلال مظاهرات شعبية سيطرت على الشوارع وأدت إلى التغيير السلمي، كما شهدت أوكرانيا وميدانها الشهير كييف عام 2004 قوة الهاتف الجوال بأدواته الأساسية الصور والرسائل النصية في تأجيج حركة احتجاجات واسعة سيطرت على الحياة العامة، ونصب الخيام في ساحة الميدان التي أصبحت أشهر من تاريخ الدولة كلها، وعندها عرفت حراك الاحتجاجات بثورة البرتقال الاعتراضي التي أجبرت الدولة على إعادة الانتخابات للمرة الثالثة وفوز فريق المعارضة البرتقالية وتشكيل حكومة ورئيس معارض جديد.[1]

لكن المثير في الربيع العربي أنها أخذت بعداً أكثر وضوحاً، وتنوعاً في الأساليب الإعلامية، وسرعة في الأحداث والوقائع، واختلف دور واستخدام إعلام التواصل الاجتماعي عن الإعلام العادي في ثورات الربيع العربي بين بلد وآخر حسب قوة استخدامه ودور القوى الشبابية لهذا الاستخدام، بظل مجتمعات تعتبر نظرياً متخلفة بالتكنولوجيا والتقنية مقارنة مع الغرب، لكنها كانت مقبولة.

والربيع العربي، تعبير أطلق على الثورات العربية التي استعرت نارها وانتشرت من المحيط إلى الخليج، هذه الثورات لم تكن ثورات عادية كالتي حصلت في اوائل القرن الماضي،

وما يميزها هو استخدام العالم الافتراضي لإصلاح العالم الحقيقي الذي كان عرضة للسخرية من الجميع.

وقد وجد الشباب العربي متنفسهم في المدونات فكتبوا، وآخرون وجدوا متنفسهم في الفيديو، واكتشفوا جميعاً أن همهم واحد فكان اللقاء الرقمي في جمهوريتهم الافتراضية الجديدة (جمهورية الفيسبوك) بعيداً عن الاجتماعات الخفية في الغرف السرية، وتوزيع المنشورات في جنح الليل، حيث نجحت ثورات تونس ومصر وليبيا وآخرها كانت اليمن، وكان هذا التعبير أصدق تلخيص لإسهام الإعلام الجديد في تسونامي الاحتجاجات العربية التي ما زالت تهز العالم العربي حتى الوقت الحاضر، بعد أن أطاحت نظماً سلطوية.

إن اللغة الإعلامية في إعلام التواصل الاجتماعي هي لغة الجماهير العادية التي هي بنفسها تحدد وتختار الرموز والإشارات التي تتطابق مع تلك التي يختزنها المتلقي في الإطار الدلالي (المخزون المعرفي)، وهي التي ولدت ونمت في رحم وسائل الاتصال الجماهيري التي أنتجت خطاباً ولغة خاصة لا تنفصل عن الزمان والمكان الاجتماعي والإنساني، لذلك كان لها تأثير واسع في الشوارع التي تلقت خطاب هذه الوسائل وسارعت لتبني هذه اللغة وذلك الخطاب القصير والواضح، ومع ذلك لا تزال تجربة الإعلام الحر في دول الربيع العربي تجربة جديدة تتلمس طريقها بعد سقوط الأنظمة الدكتاتورية التي كانت تسيطر على الإعلام وتفرض عليه سطوتها.

إعلام الفقراء وإعلام الحكومات

هناك أكثر من اتجاه، وأكثر من رؤية، تلتقي وتتباعد، بعضها يقول:

1. ان الإعلام غيّر أدواته ولن يعود كما كان عليه في السابق خاصة أن الشارع العربي كان يتعامل مع إعلام رسمي، ولكن في الربيع العربي فإن الجماهير قالت كلمتها.
2. ليس من السهل العودة إلى الوراء، لكننا سنشهد موجة من التطرف الإعلامي والرهان الأكبر والأساسي هو على الإعلام البديل الذي من الممكن أن نطلق عليه انه إعلام الفقراء والإعلام المتحرر الذي جلب له الملايين والذي يعبر المواطن من خلاله دون

المرور بمقص الرقيب، وسيلعب دوراً حاسماً بعيداً عن سطوة سلطة المال، ولكن يبقى السؤال عن الأجندات السياسية التي قد تلعب وتسيطر على هذا الإعلام.

3. إن الثورات العربية سيكون لها الدور الحاسم في تحرير الإعلام العربي من القيود التي عاني منها منذ عقود طويلة، لكن الثورات سيزداد تأثيرها تدريجيا ولكن حرية الإعلام لا تتحقق بإزالة القيود المفروضة عليها، فالثورات قد تحرر الإعلام ولكنها لا تضمن إعلاماً حراً حقيقياً.
4. ان الثورات قد فتحت الباب لإزالة القيود، وممارسة الحرية السياسية تحتاج لمقومات، فكذلك الحال بالنسبة إلى الإعلام.
5. إن المنافسة بين وسائل الإعلام التقليدية ووسائل الإعلام الجديدة تميل لمصلحة وسائل الإعلام الاجتماعية والمواطنين الصحافيين، ولم يعد بإمكان وسائل الإعلام التقليدية تجاهل المواطنين الصحافيين، ولامقاطع فيديو (الهواة) على يوتيوب، أو أي معلومات أخرى تتدفق عبر وسائل الإعلام الاجتماعية، بل إن معظم الصحافيين التقليديين المحترفين يستخدمون وسائل الإعلام الاجتماعية للتواصل مع جمهورهم بطرق جديدة.
6. أصبحت وسائل الإعلام الاجتماعية وسيلة قوية للدفاع عن حرية الصحافة، وعن الحريات عامة، مثلما أصبحت تمثل السلطة الخامسة حيث عجزت وسائل الإعلام التقليدية عن لعب دورها.

بينما يرى البعض الآخر إن الإعلام التقليدي لا يمكن الغاء دوره لأنه ما زال يعيش في بيئة تقليدية مرتبطة بقوة الماضي، وبسيطرة الحكومات، وباختصار يمكن اختصار الأفكار:

1. نجح الإعلام التقليدي بشكل واضح في توظيف وسائل الاتصال الجديدة في خدمة مؤسساته، لذلك فإن شكل الإعلام الجديد مستقبلاً سيتغير جذرياً مع قدرة مستخدميه على قلب الموازنة والتعدي على قامات الإعلام التقليدي، الذي ما زال يمتلك القدرة والشهرة والخبرة.
2. يظل الإعلام الجديد اليوم متأثراً بشكل كبير من قبل رجالات الإعلام التقليدي، إن جل المستخدمين المؤثرين في (تويتر) هم كتاب الصحف التقليدية والعاملون في القنوات الإخبارية، مع بعض الاستثناءات، ويتحرك الرأي العام في تويتر بناءً على ما

يكتبه المستخدمون أصحاب الأعمدة في الصحف ومقدمو البرامج الحوارية، وما زالوا هم المتربعون على عرش الإعلام الجديد.

3. هناك مبالغة كبيرة في دور الإعلام الجديد في التأثير في العملية السياسية في العالم العربي.
4. لا يزال دور الحكومات العربية في الإعلام الجديد غامضاً، قد يؤدي الوجود الحكومي في مواقع التواصل الاجتماعي إلى تغيير شكل المداولات السياسية، ففي المستقبل القريب، اذا كان هناك توظيف مثالي لوسائل الإعلام الجديد من قبل الحكومات العربية فسيكونهناك وجه آخر مختلف تماماً للإعلام الجديد عما نعيشه اليوم.
5. تأسيس المجتمع المدني في العالم العربي سيجر الانتباه من الإعلام الجديد إلى الشارع السياسي الحقيقي، اليوم، نرى تخبطاً كبيراً وانسياباً ملحوظاً وارتجالاً في الطرح في مواقع التواصل الاجتماعي، وفي حال انخراط الناشطين في مؤسسات المجتمع المدني، فإن الطرح السياسي على تويتر وغيره سيصل إلى مرحلة أكبر من النضج الفكري، وسيؤسس المجتمع المدني إلى خطاب سياسي جديد وسيكون له بطبيعة الحال أثر في المداولات القائمة اليوم على مواقع التواصل الاجتماعي.

إشعال الثورات: ميدان التحرير أم الفيسبوك

أبرزت الثورات العربية دور ما يسمى بالإعلام البديل، الذي يتركز في شبكة الإنترنت وعلى مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات، وبات يلعب دوراً مهماً في نقل صورة الأوضاع من داخل الدول التي لا تسمح بالتغطية الإعلامية الحرة، وتمكن من استحداث ما يسمى بصحافة المواطن، تلك الأحداث التي يصورها المواطن العادي بهاتفه المحمول وينقلها كما هي على شبكات التواصل الاجتماعي أو على مواقع مشاهدة الفيديو.[2]

لكن السؤال الكبير: من صانع الحدث؟ وهل ساعدت وسائل الإعلام المستقلة في إحداث الربيع العربي أم أن الثورة العربية نجحت في تحرير وسائل الإعلام المحلية في العالم العربي؟ وهل وصلت رياح الربيع العربي إلى الإعلام؟.

لابد من الأقرار أولاً، بأن الصانع الحقيقي للحدث هو الشباب العربي الذين استحوذوا على الحدث السياسي بكل تفاصيله، مثلما استحوذوا على الحدث الإعلامي وتغطياته المباشرة، لأن قفزات الإعلام الحالية انعكاس لبعض مظاهر الربيع العربي، بدليل أن هذا الإعلام الجديد أسهم هو الآخر في صنع الأحداث وتنشيطها وتثويرها.

وكما قال أحد الإعلاميين فإن أبطال الثورات العربية الحقيقيين هم: البطل الاول محمد بوعزيزي، والثاني مخترع الموبايل، والثالث مخترع تكنولوجيا الفيسبوك والانترنت إجمالا، والإعلام العربي كان تابعاً لكل هذا وذاك ولم يكن بطلاً قومياً، لأنه أصلاً لم يتوقع شيئاً مما جرى بسبب انشغالاته في تصميم الشعارات الرنانة التي اتحفنا بها على مدار سنوات طويلة، بدءاً من تحرير الأقصى والقدس مروراً بالرقص على أوجاع الشعب الفلسطيني تحت الاحتلال، حتى اندلعت النيران خلفه وكأنه يعيش في كوكب آخر.

وفي النهاية فإعلامنا العربي لم يكن ولن يكون قادراً على إحداث التغيير اذا بقي على حالة العبودية التي يعيشها، أو سيكون بحاجة إلى صحفي جريء يدعى بوعزيزي ليدخل على هيئة التحرير ويحرق نفسه داخل أروقة التحرير ليعلن رغبته في التغيير الإعلامي الحالي الذي لا يمكن القول عنه الا إنه إعلام متخلف وسلطوي.

وبالرغم من النشاط الكبير على الانترنت للشباب العربي، الا أن التغيير السياسي الحقيقي لم يولد في الانترنت، بل تولد في الشارع، وجاء الإعلام الجديد مكملاً له، بمعنى ان دور الإعلام الجديد في الربيع العربي لم يكن يمهد الطريق للشارع، بل كان استكمالا للدور الأساس الذي لعبه المواطن في الشارع العربي، بدليل ان تعطيل الانترنت كان جوهرياً في زيادة أعداد المتظاهرين في الشارع العربي، وقد خلصت دراسة قام بها مركز الدراسات الاستراتيجية في الجامعة الأردنية أن 53% من المسوحات التي تمت كجزء من الدراسة خلصت إلى أن القنوات الفضائية العربية لعبت دور(المحرض) في الربيع العربي، ورغم ذلك يصر الإعلاميون العرب، وكذلك الفضائيات العربية على أن عملهم معلوماتي يعكس الواقع وأنه ليس لهم دور في تغيير النظام.

والمقاربة الصحيحة والعميقة لدور الشباب العربي في هذه الثورة المستمرة يجب رؤيته في سياق القراءة الشاملة للدوافع والأهداف والسياقات التاريخية والاجتماعية لهذه

الثورة، لقد بادر الشباب للحركة كتعبير عن الأزمات البنيوية المتراكمة في المجتمعات العربية، فملايين الشباب العربي لا يتحركون بعيدا عن واقعهم الاجتماعي وهموم شعوبهم الاجتماعية والسياسية، لقد برهن هؤلاء الشباب عن وعي عميق لذاتهم وانتمائهم القومي وهويتهم الحضارية والثقافية، كما عبروا عن وعي عميق لتاريخهم وكامتداد لكل ما هو جميل في هذه الأمة، لكل هذا كانت حركتهم جزءاً عضوياً من حركة الشارع بكل قطاعاته الاجتماعية، ولذا فإن ما يميز ثورات الشعوب العربية هو شموليتها ووضوح أهدافها وأيضاً عدم قدرة أي قوى سياسية الادعاء بأنها هي التي تقود الثورة، من هنا أصالة ودور الشباب في عملية التغيير التي تؤسس في هذه الأيام لربيع الشعوب العربية القادم،و بهذا المعنى يجب رؤية دور الشباب في عملية التغيير، ذلك الدور الذي يرتبط برفض هؤلاء الشباب لعملية تهميشهم وتشويه وعيهم عبر إغراقهم في الثقافة الاستهلاكية وتخريبهم عن واقعهم الاجتماعي وتشكيكهم بذاتهم وهويتهم وكرامتهم وانتمائهم القومي الذي حطمته الأنظمة الدكتاتورية عندما تعاملت مع الشعوب العربية بعقلية القطيع.[3]

ومن دون شك فإن المحطات التلفزيونية الفضائية وكذلك المدونين ونشطاء التواصل الاجتماعي قد أسهموا بالتأكيد في التغييرات التي تواجه العالم العربي، ومع ذلك، فإن تجاهل شجاعة وعزم الملايين من العرب الذين شاركوا في احتجاجات غير مسبوقة فضلاً عن عشرات الآلاف الذين دفعوا حياتهم ومعيشتهم يمثل إهانة شديدة لهم.

إن دور أعضاء مجموعات فيسبوك أو المشاركين في (هاشتاغات تويتر) هو في غالب الأحيان رمزي، ولا يتعدى حدود الشكليات، لذلك، فإن النشاط السياسي في الانترنت لا يترجم بالضرورة إلى تغيير أو نشاط سياسي فعلي في الشارع العربي، ففي حالة اليمن، كان عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي 300 ألف مستخدم، وهو العدد الذي لا يواكب حجم الأحداث في الشارع اليمني، ومع ذلك فإن حشد المتظاهرين وتوجيههم لم يتم بشكل أساس عن طريق الإعلام الجديد، بل تم بشكل أساس عن طريق الوسائل التقليدية، ومع ذلك، لا يمكن لأي أحد، أن ينكر دور الإعلام التقليدي والإعلام الجديد في لعب دور بارز في الثورات العربية، والقول إن الإعلام العربي يعيش ربيعه الخاص وإنه دشن مرحلة جديدة ستفرز إعلاماً جديداً يستجيب لطموحات الشارع العربي ومطالبه.

المقاربة الصحيحة والعميقة لدور الشباب العربي في هذه الثورة المستمرة يجب رؤيته في سياق القراءة الشاملة للدوافع والأهداف والسياقات التاريخية والاجتماعية لهذه الثورة، لقد بادر الشباب للحركة كتعبير عن الأزمات البنيوية المتراكمة في المجتمعات العربية، فملايين الشباب العربي لا يتحركون بعيداً عن واقعهم الاجتماعي وهموم شعوبهم الاجتماعية والسياسية، لقد برهن هؤلاء الشباب عن وعي عميق لذاتهم وانتمائهم القومي وهويتهم الحضارية والثقافية، كما عبروا عن وعي عميق لتاريخهم وكامتداد لكل ما هو جميل في هذه الأمة، لكل هذا كانت حركتهم جزءاً عضوياً من حركة الشارع بكل قطاعاته الاجتماعية، الرجال والنساء، العمال والفلاحين، الموظفين، المسلمين والمسيحيين، أيضا الطلاب والأكاديميين ورجال القانون، القوى السياسية والنخب الإعلامية والمثقفين، ولذا فإن ما يميز ثورات الشعوب العربية هو شموليتها ووضوح أهدافها وأيضا عدم قدرة أي قوى سياسية الادعاء بأنها هي التي تقود الثورة، من هنا أصالة ودور الشباب في عملية التغيير.

بهذا المعنى يجب رؤية دور الشباب في عملية التغيير، ذلك الدور الذي يرتبط برفض هؤلاء الشباب لعملية تهميشهم وتشويه وعيهم عبر إغراقهم في الثقافة الاستهلاكية وتغريبهم عن واقعهم الاجتماعي وتشكيكهم بذاتهم وهويتهم وكرامتهم وانتمائهم القومي الذي حطمته الأنظمة الدكتاتورية عندما تعاملت مع الشعوب العربية بعقلية القطيع.

الثورات العربية والشبكات الاجتماعية

إن فهم دور الإعلام التواصلي الجديد ومساهماته الفعالة في تحريك الشارع العربي وتحقيق التغيير، لا يمكن ان نفهمه الا من خلال الفكرة التي تقول أنّ ما حدث لم يطاول البنية السياسية وحسب، بل طاول أيضاً البنية الإعلامية على أصعدة عديدة، إذ انتقل الإعلام السياسي العربي بفضل الوسائط الاتصالية الجديدة من إعلام رأسي من الأعلى إلى الأسفل، من الحكام إلى المحكومين، من الرؤساء إلى المرؤوسين، انتقل إلى إعلام أفقي من خلال وسائط إعلامية بديلة سمحت للطبقات الشعبية بأن تعبر عن رأيها وتصنع الخبر من خلال التقنيات الحديثة ومن خلال لوحة مفاتيح الحاسوب.

وفي دراسة قامت بها جامعة واشنطن لمعرفة الدور الفاعل الذي قامت به وسائل الاعلام الاجتماعية مثل تويتر والفيسبوك في اشعال وتفعيل الثورات العربية المختلفة والتي اجتاحت بعض دول الشرق الاوسط وشمال افريقيا، والتي اعتمدت الدراسة على 3ملايين تعليق (تويتر) وساعات لا تحصى من أشرطة فيديو يوتيوب وغيغابايت من المواقع الشخصية، لمعرفة واستكشاف ما اذا كانت الشبكة العنكبوتية والخدمات الاجتماعية كتويتر والفيسبوك ووسائل الاعلام لعبت حقا دوراً كبيراً في ربيع الثوره العربية.

ووفقاً للدراسة، فقد أستفادت الناس كثيراً من المشاركة في الشبكات الاجتماعية سعياً للديمقراطية واصبحت مختلف وسائل الإعلام من صحافة ومواقع جزءاً هاماً من الأدوات الساعية للحرية، حيث وجد ان التعليقات في تويتر قد ارتفعت من 2300 تعليق في اليوم الواحد لتصل إلى أكثر من 230000 في اليوم الواحد وهذا يعكس نوعاً من الانفجار والعطش للحرية والديمقراطية والتغيير، كما استفاد كل المستخدمين للمواقع والإنترنت من ممارسة حرية التعليقات والمحادثات بصورة لافتة، مما واجهت بعض الحكومات تحديات صعبة في عملية قطع الاتصالات أو الإنترنت أوحتى الهاتف النقال، وان وسائل الإعلام التقنية الحديثة كان لها دور كبير في عملية التغيير بصورة مدهشة.[4]

ويمكن تحديد أبرز أدوار الإعلام الجديد في الثورات العربية من خلال دور مواقع الشبكات الاجتماعية،ودور المدونات الإلكترونية وصحافة المواطن، ودور مواقع الفيديو التشاركي، ودور الفضائيات وتشبيكاتها مع الإنترنت، وتتلخص بالآتي[5]:

أولاً ــ دور مواقع الشبكات الاجتماعية:

يبلغ عدد مستخدمي الفايسبوك في العالم العربي مطلع العام الجاري 2012 أكثر من 36 مليون مستخدم (وفق موقع com/facebook-.socialbakers.http://www statistics) في 16 دولة، باستثناء سوريا، السودان، الصومال، موريتانيا، جيبوتي، وجزر القمر (لا إحصاءات تخصها)، وإذا أخذنا العالم العربي أمة واحدة، فيكون موقعه الخامس في العالم ازداد عدد مستخدمي الفايسبوك في العالم العربي قبل التحركات الشعبية وبعدها بكثرة، فقد كان عدد مستخدميه في 2010 حوالى 19 مليون مستخدم، لكن هذه الأعداد ما لبث أن تزايدت لتصل خلال الأشهر التي تلت بداية التحركات الشعبية (أي في نيسان/

أبريل 2011) إلى أكثر من 26 مليون مستخدم واستمرت في الازدياد حتى بلغت مطلع 2012 أكثر من 36 مليون مستخدم (أي لغاية شباط/ فبراير 2012)، وهذا يعني أن مستخدمي الفايسبوك في العالم العربي كانوا يزدادون في الأشهر الأربعة التي أعقبت الثورة بأكثر من 58000 مستخدم في اليوم لتستمر هذه الزيادة حتى مطلع شباط 2012 بزيادة تفوق 37000 مستخدم في اليوم، كما أن أبرز البلدان التي شهدت الاحتجاجات الشعبية ازداد عدد مستخدميها للفايسبوك ما بين عام 2010 ومطلع 2012 إلى الضعف أحياناً، وهذه الزيادة المتصاعدة للمستخدمين تفسر أهمية ودور هذا الوسيط التواصلي ـ كتقنية ميديولوجية، وبالتالي تقنية ثورية ـــ في تحريك الثورات العربية، ولو لم يكن الفايسبوك وسيطاً مهماً لما كان مستخدموه قد لجأوا إليه بهذا الشكل المتزايد.

مما يظهر مدى انتشار هذا الوسيط الإعلامي في المجال السياسي والاجتماعي وكذلك الاقتصادي، كما أن للفايسبوك ميزات عديدة جعلته الوسيط الأفضل بالنسبة إلى الثوار والمساعد في تحريك ثورتهم، منها: ميزة الاتصال السريع، الأوفر، سهولة الاستخدام، شبابي، متعدد اللغات، حضوره الدائم (وخاصة من خلال خدمات الهاتف النقال)، عالمي، قدرته على التعبئة، التوقع المسبق للحركة، خارج إطار السلطة السياسية، وديموقراطي.

وقد استفاد شباب الثورة من كل هذه الخدمات، حيث رفعوا الشعارات التي تحرك روح الثورة والغضب والاحتجاج في نفوس المتظاهرين، وعملوا على نشر الصور والفيديوهات التي تنقل الأحداث بلحظتها وتحافظ على نبض الشارع وحماسته، وحرصوا على توحيد جمهورهم الافتراضي من خلال طلب توحيد الصورة التعريفية للمشترك Profile من أجل زيادة الشعور بالتوحد على أنهم شخص واحد في الفضاء العالمي، ونشروا المقالات التي تساهم في زيادة وعي الجمهور وكشف فضائح الأنظمة السابقة والطبقة الحاكمة لجهة سرقة أموال الدولة أو ارتكاب الجرائم بحق المواطنين أو عقد الاتفاقيات بما يخدم مصالحهم الشخصية.

وبالمقابل، ظهرت صفحات للمؤيدين للثورة الشعبية، ومنها حملت عنوان (القائمة البيضاء للفنانين والمشاهير المؤيدين للثورة الشعبية)، كما لم تخلُ الروح الشبابية في توجيه الرسائل من خلال تأليف النكت اللاذعة للحكام أو رسم الصور الكاريكاتورية، ولا سيما في مصر وليبيا وسوريا، كذلك اللافتات التي كانت تكتب على صفحات الفايسبوك وعلى

لافتات الميادين والساحات في آن معاً، كل ذلك ساهم في تعبئة الجماهير والسير قدماً بخطوات ثابتة نحو التغيير وتحقيق ما كان من الصعب تحقيقه.

ثانياً ــ دور المدونات الإلكترونية وصحافة المواطن

لعب المدونون فيه دوراً بارزاً وشاركوا بقوة في الدفع نحو التغيير وزيادة الوعي السياسي، وخاصة بين الشباب في دول مثل مصر وتونس وسوريا، وقد حمل المدونون المصريون لواء المبادرة، واستطاعوا رفع هامش حرية التعبير بالرغم من القمع الممارس عليهم، عبر تسليط الضوء على قضايا سياسية واجتماعية عديدة، يستخدم المدونون العرب تقنية الويب 2 «2 .Web0»، ويقومون بربط مدوناتهم بمواقع مختلفة مثل ويكيبيديا Wikipedia ويوتيوب YouTube وفايسبوك Facebook ومواقع إخبارية تأتي الجزيرة، نت net،Aljazeera في مقدمتها، تليها بي بي سي BBC والعربية AlArabia، ساهم هذا النمط الجديد من الإعلام في ظهور الصحافي المواطن المشارك الفعال في العملية الاتصالية والمساهم في تغيير الكثير من المفاهيم الاتصالية الحالية.

وقد حاولت السلطات الرسمية في الكثير من البلدان حجب بعض المواقع أو المدونات ومنعها من النشر، إلا أنّ التقنيات الحديثة تتيح إمكانية بث الموقع من بلد آخر، أو من موقع إلكتروني آخر، وتسمح للمواطنين الافتراضيين Netizens بأن يتناقلوا الأخبار ويسارعوا في نشرها ويفرضوا حضورهم على الإعلام التقليدي واضطراره إلى نقل رسائلهم الإعلامية المتداولة والمتنقلة وبثها ضمن فضائها.

ثالثاً ــ دور مواقع الفيديو التشاركي

لعبت مواقع الفيديو التشاركي دوراً فعالاً خلال الحراك الشعبي في العالم العربي، فقد نقلت حقيقة ما يحدث في العالم الواقعي (باستخدام الهاتف المحمول في التصوير والتسجيل) ونقله على شكل مقطوعات فيديو إلى مواقع متعددة، وتعميمه وتبادله بين الناس، مما ساعد في إيصال مشاعر الغضب والرفض عما يحدث، وتأهيل قبول الدعوة بالخروج إلى الشارع، ومن أشهر المواقع التي استخدمت خلال الحراك الشعبي العربي هو موقع يوتيوب YouTubeالذي أحسن المستخدمون الاستفادة منه، ففي أيار/ مايو 2005

(سنة إطلاقه) لم تكن مقاطع الفيديو المشاهدة في حينه تتجاوز 8 ملايين مقطع فيديو يومياً، أما في العام 2012 فقد وصلت إلى 3 مليارات فيديو يشاهد يومياً، وفي عام 2010 كان يتم تحميل 24 ساعة من الفيديو كل دقيقة، أما في العام 2012 فقد وصل إلى 48 ساعة من الفيديو في كل دقيقة، أي حوالي 70000 ساعة يومياً أي ما يوازي 8 سنوات من المحتوى يومياً.

ولقد ساهم اليوتيوب كوسيلة تنقل بالصوت والصورة المشاهدات الحية لأي حدث من الحياة اليومية ونقله للتداول بين ملايين البشر في العالم وبسرعة فائقة، إلى الكشف عن ممارسات الحكومات الحاكمة وفضح وقائع القمع والتعذيب وترويع المتظاهرين خلال الثورات العربية أو قبلها، إذ عمد المدونون الى كشف وقائع التعذيب ونشروا فيديوهات تظهر رجال شرطة يقومون بتعذيب مواطنين داخل أقسام الشرطة.

أما خلال الثورات العربية فقد كثرت مقاطع الفيديو التي لعبت دوراً مؤثراً في تأجيج الجماهير وتعبئتهم، كذلك بتزويد المحطات التلفزيونية الفضائية بالأحداث الواقعية اليومية التي تعبر عن حقيقة الميدان، بالرغم من رداءة الصورة في معظم الأحيان.

أن يوتيوب والمواقع الكثيرة المثيلة له تمكنت من تقديم الحقائق القاسية لمن يرغب في الاطلاع عليها، وتكاملت هذه المواقع مع ما قدمته الفضائيات من مواد إخبارية أظهرت تفاعلاً إعلامياً لم تجده من قبل بين الوسيط الإعلامي التلفزيوني والوسيط الإعلامي الإنترنتي، هذا التفاعل الذي ساعد المحتجين على إيصال رسائلهم المحقة.

رابعاً ــ دور الفضائيات وتشبيكاتها مع الإنترنت

لقد كانت المحطات الفضائية مصدراً للمعلومات، لكن الجديد أنها لم يعد باستطاعتها أن تغفل المعلومات الصادرة عن الإنترنت، أو مبادرات المواطنين الصحافيين الذين أصبحوا مراسلين حقيقيين يزودون المحطات الفضائية العملاقة، هناك تفاعل بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد غير الرسمي، مثال إيراد مدونين لمقاطع من سي أن أن CNN، ومتابعة نيويورك تايمز New York Times وقناة الجزيرة والعربية وغيرهما

للمدونات، لقد أنتج الإنترنت جيلاً رقمياً يعتمد على البوابات الإلكترونية مثل ياهو Yahoo وغوغل Google للحصول على معلوماته.

ولقد لعبت الفضائيات دوراً بارزاً في تغطية الأحداث خلال الثورات العربية، وكان لها الحضور الإعلامي البارز والمؤثر في نجاح الثورات خاصة وأنها ما زالت تحظى بجمهور واسع في أصقاع العالم أجمع، يمكننا إيجاز هذا الدور في النقاط الآتية:

1. ساهمت الفضائيات في استكمال التعبئة الإنترنتية من خلال عرض الأحداث اليومية للحراك الشعبي، ونقل وقائعه والتذكير بمواعيد التظاهرات والتعريف بها والتأكيد على عزم المتظاهرين وبيان ما يثار من محاولات إحباط وإثارة البلبلة بين المتظاهرين والرد على ذلك، فكانت الفضائيات الرابط والواصل لجموع المتظاهرين والحرص على نقل آرائهم مباشرة من الميدان أو متابعة تحركاتهم عبر الإنترنت والمدونات الخاصة والفيديوهات التي يعرضونها.
2. ساعدت الفضائيات في إكساب تعاطف بالغ للثوار والثورة من خلال عرض فعاليات الثورة والاستماع إلى رؤية الثوار وتصريحاتهم، ومرافقة ذلك بعرض آراء المعلقين والمحللين السياسيين الذين يؤكدون على أحقية هذا الحراك ووجوب استمراره ليحقق أهدافه، كل ذلك زاد من حماسة الجمهور، وبالتالي زيادة الراغبين في الانضمام إلى الثوار ومؤازرتهم أو التضامن معهم عبر وسائل الاتصال الحديثة معبراً عن تأييده لهم بالرأي والموقف.
3. استطاعت الفضائيات أن تنقل مظاهر الثورة وسلوكياتها ومفرداتها وأساليبها من بلد إلى آخر، إذ إنّ شعار (الشعب يريد إسقاط النظام) بات شعاراً موحداً لا تعرف للوهلة الأولى أين يهتف، هذا التعميم السلوكي الثوري لا يحدث إلا بفعل الشحنات الإعلامية المتكررة التي ما زالت الفضائيات مؤثرة فيه لدرجة كبيرة.

تقول مجلة فورين بوليسي الأميركية أن تنبؤات العديد من العرب بأن قناة الجزيرة ستساعد في اندلاع ثورة شعبية في الشرق الأوسط أصبحت حقيقة، حيث لعبت الجزيرة دوراً رئيسياً في الثورة الشعبية بتونس التي بدأت شرارتها في مدينة سيدي بوزيد، وانتهى بها الأمر كموجة عارمة أطاحت بالنظام المصري، الا ان تقنية الجزيرة الاعلامية لا تزال تنتمي إلى عصر ما قبل (سياسة المعرفة)، ذلك ان الجزيرة تعتمد على مبدأ الالحاح الاعلامي

والتكرار المركز والمتابعة المستمرة وهي التقنية الاعلامية التقليدية التي لم تعد قادرة على مجاراة عصر الاعلام الجديد، وباختصار شديد فأن نقطة الضعف الاساسية في هذه التقنية هي ضعف قدراتها على التسبب بارباك العدو.

ومع ذلك فأن الجزيرة لعبت دوراً رئيسياً في الثورة الشعبية بتونس التي بدأت شرارتها في مدينة سيدي بوزيد، وانتهى بها الأمر كموجة عارمة تهدد بالإطاحة بالنظام المصري، كما نقلت صور الثورة التونسية إلى مختلف أنحاء المنطقة، مشاركة بالبث الحي وفي الوقت الحقيقي والمناسب، مما مكنها من تكسير الحواجز التي كانت تمنع ملايين المواطنين العاديين من الانتفاض والمطالبة بحقوقهم المشروعة.[6]

وخلاصة القول:

1. **من زاوية الحريات الإعلامية:**

أسهمت الثورة العربية بشكل كبير في توسيع هامش الحرية الإعلامية، حيث اضطرت وسائل الإعلام الوطنية بما في ذلك في البلدان التي لم تشهد حراكاً أو لم يصل الحراك فيها إلى حد الثورة، اضطرت إلى تبني مقاربات أكثر جدية لاستعادة بعض المصداقية لدى جماهيرها لمواجهة التحديات التي باتت تفرضها وسائل الإعلام العربية والدولية، غير أن هذا الإسهام لم يتجاوز قدر محاولة احتواء الفعل الثوري، ولا يزال الشوط طويلاً أمام الإعلام لنيل حريته الكاملة والتخلص من الأثر السلبي لدوره في خدمة النظم الديكتاتورية.

2. **من زاوية دور الإعلام في الثورات:**

أن الضوابط المهنية للإعلام تعني مساندته لأمال وطموحات الشعوب وحقوقها المشروعة، وأن التذرع بالضوابط المهنية للتخلي عن هذا الدور هو محاولة للتنصل من المسئولية، ضرورة تجنب وسائل الإعلام للانتقائية في تعاطيها مع الحراك الثوري والإصلاحي في كافة البلدان، وأن أي مواءمات ستطعن بلا شك في مصداقية وسائل الإعلام، وتقوض ما حققته من شعبية في ثورات بلدان أخرى.

3. من زاوية مساهمة الإعلام في الحياة العامة:

إن النمو الكمي والكيفي للإعلام العربي، وبداية ظهوره كشريك في صناعة وإنتاج المعلومات، أن الطريق لا يزال طويلاً أمام تحول الإعلام العربي من مستهلك للمعلومات إلى المشاركة في صناعتها، أهمية إجراء هذا التحول بشكل عاجل، خاصة في ظل الحاجة الماسة له في سياق التحولات العربية المتسارعة، ولدعم الحراك الثوري والإصلاحي وقضايا التحول الديمقراطي والمواطنة، وأهمية دعم القضايا القومية، وعلى رأسها نضال الشعب الفلسطيني والتحرر من العدوان والهيمنة الأجنبية وإطلاق التكامل الاقتصادي العربي.[7]

الوجه الآخر: الخداع الإعلامي

أخذت التغطية الإعلامية لهذه الثورات حيزاً كبيراً من اهتمام الشارع العربي، بين من يرى أن الفضائيات العربية قامت بدورها على أكمل وجه، فرافقت الثورات العربية وأسهمت في إنجاحها، وبين آراء أخرى انتقدت الأداء الإعلامي لكبرى القنوات العربية، واتهمتها بالتحيز وخلق البلبلة والتهييج الإعلامي، وخدمة أجندات خارجية، وغض الطرف عن تغطية تحركات الشارع في دول (صديقة) و(حليفة)، بهدف إجهاض الثورات في هذه البلدان.

والنقاش الحقيقي، كما يرى البعض، هو لماذا تتغنى قنوات فضائية عربية بقيم الموضوعية والمهنية، فتسلط كاميراتها ومراسليها على دول بعينها وتصف قادتها بالدكتاتوريين، بينما يتم التعتيم الإعلامي على ما يجري في دول أخرى.

إن اختلاق أخبار لا يجافي أحياناً الواقع، إلا أن طريقة تقديم وصياغة الأخبار تبرز الكثير من الانحياز، بسبب وجود التقنيات الممنهجة التي باتت تقارب تقنيات الحرب النفسية، على أخذ أن هناك تفضيلاً لنوعية من الأخبار التي تخدم هدفاً معيناً، في حين يتم التغاضي عن أخبار، أو إحالتها إلى آخر الترتيب من حيث الأولوية والأهمية، وبمعنى آخر تعميق أسلوب التعتيم والتهييج في الخطاب الإعلامي.

ومن الناحية التقنية، تتحجج القنوات الفضائية بنقل صور ومشاهد بالصوت والصورة لمواطنين، كل من بلده، يتحدثون لهجات تونسية ومصرية وليبية وسورية ويمنية،

للدلالة على أن الأحداث ليست مفبركة، وإنما وقعت فعلاً ولم تقم القناة سوى بثها، وأن الصور وصلتها عبر البريد الإلكتروني، بعد تضييق السلطات عليها، وعدم السماح لها بالتصوير.

وتقنياً دائماً، لا ينتبه عادة المشاهدون البسطاء، وعددهم بالملايين، إلى أن التلفزيونات تفرض على نفسها وضع كلمة (أرشيف) كلما تعلق الأمر بصور ومشاهد قديمة، حتى ولو مر على حدوثها أيام فقط، وهناك أيضاً حيل كثيرة لا ينتبه لها المشاهدون من قبيل إعادة القنوات تكرار بث مشاهد القتل والمظاهرات على مدار الساعة في نشرات الأخبار، حتى يحدث الانطباع لدى المشاهد بأن الاحتجاجات متواصلة، حتى وإن كان الواقع على الأرض مختلفاً، وفي المحصلة يمكن الوقوف على حقيقة أن الفضائيات العربية كغيرها من الفضائيات العالمية لا تنفذ سوى أجندات إخبارية تعكس الأجندات السياسية للدول التي تملكها.

لكن الأهم من كل ذلك هو استخدام الصور من الهواتف النقالة التي تعد أخطر شيء في الإعلام التي صفعت الأنظمة من خلال التقاط الصور وإرسالها للوسائل الإعلامية المرئية والالكترونية ويكمن سر صور الجوال بأنها لا تخضع للمونتاج والفوتوشوب كونها تبقى كما هي لا يمكن التلاعب فيها، وبالتالي عجزت الأنظمة عن تكذيبها أو وصفها بالمفبركة، إضافة إلى اليوتيوب الذي كان العامل الثاني في فضح الجرائم، مما دفع وسائل الإعلام المرئي الاعتماد على وسائل الاتصال الاجتماعي المرسلة من الميادين وعرضها من خلال الأفلام المسجلة أو السكيب في العرض المباشر عن طريق الهواتف الذكية.

ولهذه الأسباب أضحى الإعلام الجديد في موقع متقدم في تقديم خدمة المعلومات وجذب الأنظار نحو المواقع المختلفة لكي تواكب عرضها الإعلامي في ظل معركة فعلية قائمة بين وسائل الإعلام الاجتماعي الحديثة ووسائل الإعلام المرئية التي بات مصيرها مهدداً فعلياً بوجود قوة منافسة لقوة الإعلام المرئي، فإذا كان الإعلام المرئي لعب دوراً مميزاً على مدار القرن الماضي، وكان دوره فعلاً في التغيرات التي عصفت في العالم في أواخر الثمانينات منه، وبعد انهيار جدار برلين وانهيار الاتحاد السوفييتي والمعسكر الاشتراكي وحرب البلقان.

ومن الجانب الآخر قام الإعلام الحكومي الرسمي أثناء الثورات بأدوار تضليلية أو حيل إعلامية تتفق مع النظريات العالمية السائدة منذ بدايات ومنتصف القرن الماضي في قيادة الشعوب والسيطرة عليها، وهذه الخطوات هي: استباق الأحداث، والتهوين من جانب والتهويل من جانب آخر، بالإضافة الى اختلاق وقائع لبث الفزع في قلوب المشاهدين، وتشتيت المشاهدين عن الحدث الرئيس وهو الثورة، مع العمل على تشويهها من خلال الحديث عن مندسين وجواسيس أجانب بين المتظاهرين وأجندات خارجية ومؤامرات، وطرح الخطاب الإعلامي في إطار الراوي الوحيد مع تعمد مهاجمة القنوات الفضائية الأخرى، وضمت الخطوات أيضا استخدام الخطابات العاطفية التي تهدف الى استمالة مشاعر الجمهور واستقطابهم من خلال الحديث عن اصلاحات قريبة او ارتباط الحكام بالوطن وارضه، وتمسكهم بالبقاء والموت فيه، كما حدث في خطاب الرؤساء المخلوعين، وفي المقابل اختلاق وقائع (مسرحة) واستدعاء شهود عليها، مثل شباب اعترفوا بتلقيهم تدريبات في الخارج، ومن الأدوات التي استخدمها الاعلام الرسمي في من دول (الربيع العربي)، استخدام بعض المشاهير لحشد الرأي العام إلى جانب النظام وضد الثورة، وهو الجزء الذي قابله الثوار من جانبهم بإعلان (قوائم العار) للفنانين والاعلاميين أعداء الثورة، والتي احدثت جدلاً واسعاً واسهمت في رفع جماهيرية البعض وتراجع شعبية آخرين.

أما الاداة الأخيرة التي استخدمها الاعلام، أو بالأحرى الإعلاميون، فكانت تبديل المواقع عند الشعور بالخطر، حيث تحول الاعلام المضاد للثورة إلى الاشادة بها عقب سقوط النظام، وانتقل الاعلاميون من تملق النظام الحاكم إلى نفاق الثورة والثوار، ليطلق المتظاهرون عليهم وصف (المتحولين).[8]

الإعلام الجديد وعصر دولة صحافة المواطن

لم تفرز تكنولوجيا الإعلام الجديد ظواهر إعلامية جديدة فقط، وإنما أفرزت مصطلحات وتعابير أضيفت إلى القاموس الإعلامي المهني والأكاديمي، بعدها أحد مسارات إنتاج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والثورة الرقمية.

نشأ مصطلح صحافة المواطن في إطار ما عرف بالإعلام الجديد كظاهرة معقدة ومركبة تولدت نتيجة لتداخل موجات متتالية من الظروف والعوامل المتعلقة بالتطور

التكنولوجي الهائل في مجال الاتصال، ذلك التطور الذي أدى إلى ظهور العديد من الأشكال المستحدثة من نظم الاتصال الإلكتروني، وأخرى متعلقة بتأثر الجمهور بعيوب إمكانات الإعلام التقليدي ومحدوديتها.

وما يثير الانتباه، بروز مصطلح (صحافة المواطن) التي نشأت في إطار ما عرف بالإعلام الجديد بوصفها ظاهرة معقدة ومركبة تولدت نتيجة لتداخل موجات متتالية من الظروف والعوامل المتعلقة بالتطور التكنولوجي الهائل في مجال الاتصال، ذلك التطور الذي أدى إلى ظهورالعديد من الأشكال المستحدثة من نظم الاتصال الإلكتروني، وأخرى متعلقة بتأثر الجمهور بعيوب إمكانات الإعلام التقليدي ومحدوديتها.[9]

وصحافة المواطن، وهي معروفة أيضا (بالصحافة العامّة أو التشاركية، أو الديمقراطية أو صحافة الشارع) هو مصطلح يرمز لأعضاء من العامّة يلعبون دوراً نشيطاً في عملية جمع ونقل وتحليل ونشر الأخبار والمعلومات هي تحسب الصحافة على الإنترنت.[10]

وقد عبر عن هذه الحالة أحد الباحثين الغربيين بقوله (كل مواطن هو بالضرورة صحفي صاعد، يتحكم في زمن الأحداث ووقعها، فلا تستطيع أية وكالات أنباء أن تنشر صحفيين في كل الشوارع، فظهور الصحفي المواطن أصبح ظاهرة غير قابلة للتجاهل، فقد أظهرت أحداث التسونامي في جنوب شرقي آسيا وتفجيرات لندن وإعصار كاترينا في الولايات المتحدة حقيقة قوة وفاعلية هذه الظاهرة).

لعل اسم (صحافة المواطن) يثير شجون المواطن العربي، ويقترب من مداركه المعرفية والحسية والنفسية لأنه يشعره بوجود صحافة خاصة به، وهو الذي عاش لقرون تحت رحمة الصحافة الرسمية البليدة، وقمع السلطات وتكميم الأفواه، واستبدادية الحكام.

وإذا كانت الثورات العربية الأخيرة ولدت من رحم مواقع التواصل الاجتماعي الإلكترونية، فإن التغطية الإعلامية لهذه الثورات قلبت مقاييس الإعلام العربي بعدما غزته "صحافة المواطن" بالصوت والصورة، ضاربة بعرض الحائط كل محاولات القمع والتعتيم التي تنتهجها أنظمة هذه الشعوب، وبالتالي فإن هذا المواطن الذي يقود الثورة على الأرض ومن ورائها على الصفحات الإلكترونية، يشكل في الوقت نفسه مصدراً أساسياً للإعلام الذي

صمدت أمامه المصادر التقليدية وتحولت هذه الصحافة إلى المادة الأساسية التي يعتمد عليها في نقل معظم مجريات الثورات.

إن صحافة المواطن هي رد فعل قد يكون في الوقت نفسه عفوياً وواعياً عن تقلص حضور المواطن في قضايا الشأن العام، وتأكيد لحالة من التشكيك في صدقية الصحافة، وهي بذلك تعكس ظرفاً حرجاً من عدم الثقة بين وسائل الإعلام التقليدية والجيل الجديد من مستخدمي الإنترنت والإعلام الإلكتروني.

إن السهولة التقنية هي التي مكنت عامة الناس من تبني حركة التدوين، فليس للمواطن حاجة إلى معرفة معمقة في البرمجيات أو علم الحواسيب حتى يمكنه نشر أفكاره، فبإمكان كل فرد التعبير عن رأيه بكل سهولة، وذلك من خلال ما يوفره التدوين من فضاء اتصالي ومن نموذج معد وجاهز بشكل مسبق تقنياً للاستعمال الجماهيري.

صحافة المستقبل

لا يزال هناك مولود عالمي في طور النمو، ويوماً بعد يوم تتضح ملامحه ومعالمه وتأثيراته الواسعة النطاق، والمراهنة عليه كبيرة في قلب المفاهيم والتصورات التي تعلمناها وورثناها وعرفناها عن الصحافة التقليدية، وقد أطلق عليه لقب صحافة المواطنين (Citizen Journalism)، ولا يحتاج المواطن التابع لدولة صحافة المواطن إلى غير الهاتف الجوال (Amobile phone 3G) ليتوجه إلى موقع الحدث ويقتنص الأخبار ويقوم بالتصوير ويعمل اللقاءات ويرسل لقطات الفيديو إلى الانترنت ويتحول إلى صحفي محترف.

و(صحافة المواطن) مصطلح إعلامي واتصالي في الوقت نفسه، وهو على المستوى التاريخي حديث النشأة، وهو مصطلح غير مستقر على المستوى المفاهيمي، وتشخص صحافة المواطن عند البعض على أنها إعلام المواطن، وعند مجموعة أخرى الإعلام التشاركي أو التفاعلي أو التعاضدي أيضاً، وعند آخرين الإعلام البديل أو الصحافة المدنية، إذاً فنحن أمام انفجار مصطلحي يصعب حصر تمثلاته ورواده، وتحديد أدبياته، لكن أمام هذه التداخل في المصطلحات فإننا نلاحظ إجماعاً على تبني مرجعيات مصطلح صحافة المواطن، وهو المصطلح الأكثر حضوراً في أدبيات الأطراف النشيطة في هذا المجال، وتوافقاً

ضمنياً على دلالة هذه المفردة الجديدة في قاموس الإعلام والاتصال التي يمكن حصرها في اعتمادها على:

1. شبكة الإنترنت فضاء للنشر والتعبير عن الرأي.
2. تأكيد حضور المواطن في قضايا الشأن العام ودعم الممارسة الديمقراطية.
3. عد مخرجات صحافة المواطن امتداداً لمرجعيات الإعلام البديل والصحافة البديلة.

وقد برزت "صحافة المواطن" أحد أبرز عوامل النجاح في الحراك الشعبي الذي شهدته المنطقة العربية أخيراً، هذه الصحافة غير التقليدية التي لا تلتزم بالشروط المتعارف عليها للممارسة الصحفية كالعضوية الإلزامية في النقابات المهنية أو الحصول على شهادة جامعية، أو أن ينتمي إلى مؤسسة أو منظومة إعلامية، لقد أتاحت صحافة المواطنين الفرصة أمام كثير من الناس في أرجاء العالم لنشر الأخبار وتوضيح الحقائق ونشر المعلومات من دون أي رقابة مسبقة أو ملحقة، ما يؤكد أن الصحافة لم تعد مهنة نخبوية، فـأيّ مواطن يمكنه أن يصبح صحفياً، عبر امتلاكه لوسائل التكنولوجيا الحديثة التي تتيح له الدخول إلى شبكة الإنترنت، ويبدو أن أدوات الإنترنت الجديدة وخدماته شكلت معايير وقيماً جديدة، لم تكن مألوفة في هذا الواقع، فقد وفرت فرصة عظيمة للشباب للتحرر من الإعلام الداخلي أو الموجه، وكذلك ملاحقة المعلومات في أي وقت وبكل سهولة ويسر.

تاريخياً، بدأت ظاهرة "صحافة المواطن" في الولايات المتحدة الأمريكية نهاية القرن العشرين مع ظهور المدوّنات، وتزايد دورها وأهميتها بين عامي 2002،2003 مع إطلاق وسائل اتصال جديدة كال "فيس بوك" والـ"يوتيوب"، خلقت مناخاً جديداً للحصول على المعلومة والصورة.

إن واقع صحافة المواطن وأنماط الإعلام الجديد يمثل انتفاضة واضحة من جانب المستخدمين والجمهور معاً بشأن المحتوى المنتج، فلم يعد الاهتمام مقتصراً على المحتوى المؤسسي، ولكن تجاوز ذلك إلى المحتوى المنتج من قبل المواطنين أو المهتمين بالمدونات، وهذا خير دليل على بروز ذلك الاتجاه، حيث برزت أهمية عدد من المدونات لما تقدمه من محتوى قد لا يكون موجوداً عند غيره من وسائل الإعلام الأخرى.

إذاً صحافة المواطن هي الصحافة التي يقوم فيها المواطن بدور الصحفي الذي ينقل الأخبار من مواقع الأحداث الحية، مستخدماً كل الوسائل التكنولوجية المتاحة لعرض الخبر بصورة واقعية، وقد رأينا ذلك في الوسيلة الإعلامية الجديدة أي المدونات الإلكترونية التي أتاحت الفرصة أمام كثير من المواطنين في دول عديدة لتوضيح الحقائق ونشر الجرائم التي تخفيها قوى السلطة والحكم من دون أن يكون خلفه رقابة رئيس تحرير صحيفة أو مجلة تقوم بحذف ما يخاف منه النظام الحاكم.

ونجاح صحافة المواطنين في السنوات الأخيرة وبروز دورها المحوري في نقل خفايا أحداث مهمة بدءاً من تفجيرات 11 سبتمبر/ أيلول في الولايات المتحدة،2001 مروراً بزلزال تسونامي/ إندونسيا 2004 ومن ثم تفجيرات مدريد 2005 وصولاً إلى الاحتجاجات على الانتخابات الإيرانية 2009 والثورات العربية 2011 وغيرها الكثير من الأحداث، جعلت السؤال التالي: إلى أيّ مدى تنافس صحافة المواطنين وسائل الإعلام التقليدي؟ يتردد كثيراً، سواء في أوساط الأكاديميين أو عامة الناس.

إن الإعلام الجديد يتصف بالديناميكية والتغير المستمر، ما يؤكد أن مستقبل تلك الظاهرة يدفع إلى التقارب بين وسائل الاتصال، فوسائل الإعلام أصبحت تتقارب وتتكامل من دون أن تنفي إحداها الأخرى، وهذا التقارب يحدث مع ارتفاع درجة توافر المعلومات، وتيسير بثها والحصول عليها، وارتفاع درجة التنافسية بين الوسائل الإعلامية المهنية وغير المهنية في ما يتعلق بالتعاطي مع الحدث والصدقية.

إن صحافة المواطن لم ولن تلغي الإعلام التقليدي، بل ستكون المكمل لدوره، والدليل على ذلك أن كلا من الإذاعة والتلفزيون والصحيفة والإنترنت لم يؤثر أحدها في موقع الآخر، بل على العكس من ذلك تحول الواقع الإعلامي إلى ما يمكن تسميته الإعلام المندمج الشامل؛ ذلك أن الاتجاه هو للتكامل ولجيل جديد وثقافة أكثر تقدما وعصرية للعمل الصحافي، لاسيما أن الناشط المعارض ومستخدم (تويتر) أو المدون بات كما الكاتب الصحافي في الجريدة، يستضاف في المحطات التلفزيونية للوقوف على رأيه والتعليق على حدث ما بعدما صار لصدقيته معيار.

وعندما ننظر بدقة إلى الصحافة التقليدية المهنية نجد أنها عملت على انحسار الوعي لدى المواطنين، وذلك بنشر كل ما يتوافق مع مصالح السلطات الحاكمة، وبالطبع فإنه سيتعارض مع مصالح المواطنين، من هنا يمكننا الخروج بفهم واضح، وهو التضليل والخداع هما من عناصر انعدام القيم والأخلاق لدى المسؤولين عن الصحافة التقليدية التي بدأت تنكشف بفضل المدونات الصحفية الجريئة للمواطنين.

كما أن صحافة المواطن أنهت احتكار الصحافة التقليدية للأخبار والسبق الصحفي وأصبح المواطن العادي يسبق الصحفي التقليدي في نقل الأحداث كما رأينا في تفجيرات بريطانيا وغيرها من دول العالم.

ومع ذلك تتميز صحافة المواطن من خلال أدبياتها بنقد وسائل الإعلام التقليدية وتأكيد مقدرتها على القيام بالوظائف والأدوار ذاتها بشكل مختلف على مستوى المنهج والخلفية، فصحافة المواطن لا تسعى إلى الربح، وذلك انطلاقاً من رفضها للخلفية المؤسساتية، ورهانات اقتصاد السوق، ونجد دلالات هذا الخطاب في جل افتتاحيات ومواثيق عمل صحافة المواطن.

إن ميدان الصحافة والإعلام لم يعد حكراً على الصحافة التقليدية بل دخلت إليه صحافة المواطنين ما سيصنع تنوعاً كبيراً في الموضوعات والأخبار لاسيما أن صحافة المواطنين لديها الجرأة في تناول الأحداث من وجهة نظر المواطن وليس من وجهة نظر السلطة أو الحكام.

ويبدو أن أدوات الإنترنت الجديدة وخدماته شكلت معايير وقيماً جديدة، لم تكن مألوفة في هذا الواقع، فقد وفرت فرصة عظيمة للشباب للتحرر من الإعلام الداخلي أو الموجه، وكذلك ملاحقة المعلومات في أي وقت وبكل سهولة ويسر.

ويمثل موقع (الجزيرة توك) مشروعاً رائداً في مجال صحافة المواطن، حيث يهتم بتغطية الأخبار والقضايا التي لا يمكن للمشاهد أن يراها في وسائل الإعلام، وذلك بالتركيز على تصوير الحدث من الزوايا التي تهملها الصحافة، وذلك لإكمال دور بقية وسائل الإعلام، وتمكين المتلقي من تشكيل صورة كاملة حول ما حدث.

ويعتمد (الجزيرة توك) على الصورة وعلى لقطات الفيديو، لما للصورة من قيمة كبرى في التعبير عن الحدث، ويجمع بين التدوين الهاوي الذي يقوم به أي شخص، وبين الاحتراف الصحافي من خلال الالتزام بقواعد العمل المهني من موضوعية ومصداقية وتحر حول الأخبار قبل تنزيلها على الموقع.(11)

الوجه الآخر لصحافة المواطن

توفر صحافة المواطن بيئة للنقاش والتفاعل وطرح الآراء ووجهات النظر المتنوعة ولاسيما من جانب الشباب تجاه مختلف القضايا العامة والحساسة، وتؤمّن فرصة عظيمة للتحرر من الإعلام الداخلي او الموجّه، وتؤدّي دوراً رقابياً حاسماً في الدول التي تنعدم فيها حرية الصحافة، لكنّ هذه الأدوار المهمة تجعل المواطنين الصحفيين في مواجهة أخطار جمّة، تكاد لا تختلف في شيء عما يواجهه زملاؤهم المحترفون، سواء في أوقات الحرب أو السلم، كتعرّضهم لأعمال انتقامية في ردود فعل على ما يقومون به من أنشطة نقل الأخبار، وأحياناً تصل شدّة المضايقات وأعمال الترهيب التي تواجههم إلى درجة الاغتيال والتهديد بالقتل، والاعتداءات الجسدية، والاعتقالات والاحتجاز التعسفي والمراقبة والملاحقة القضائية، والواقع المحزن أن المواطنين الصحفيين لا يتمتعون بالمزايا التي يتمتع بها الصحفيون المحترفون من شهرة ودعم وحماية المؤسسات الإعلامية التي يعملون بها، ما يجعلهم أكثر عرضة للاعتداءات والمضايقات والانتهاكات.

ومع ذلك فإن ما يثير الانتباه حقاً، تسارع انتشار ظاهرة صحافة المواطن عربياً وعالمياً ما يؤكد تبلور نشوء (دولة صحافة المواطن)، وظهور المدونات والمواقع بشكل لافت للنظر، وتأثيرها الواضح في الحياة الإعلامية، ولنا أن نتصور، على سبيل المثال لا الحصر، أن كوريا الجنوبية، التي يوجد بها الموقع الاخباري الالكتروني(أوهماي نيوز) الذي بدأ انطلاقته في عام2000 يعتمد على إلغاء وظيفة المحررين والصحفيين، ليكون القراء هم من يحررون الأخبار ويرسلون المقالات وهم من يقرأونها ويقيمونها، وهناك ما يقارب 60 ألف مواطن مراسل تراوح أعمارهم ما بين الـ 10 أعوام والـ 80 عاماً يسهمون في الكتابة وتزويد الموقع بالأخبار، وهناك ما لا يقل عن 100 ألف شخص في كوريا الجنوبية يقرأون ما في الموقع في أي وقت من اليوم.

ويعترف كبار التنفيذيين الإعلاميين بالتغير الكبير الذي تحدثه صحافة المواطنين على طبيعة العمل التقليدي للمؤسسات الإعلامية، فقد ذكر أوكانر وشيشتر Conor & Schechter مؤسسا إحدى الشركات الإعلامية Globalvision أنه لسنوات وعقود كان الصحافيون هم الذين يملون ما ينشر على الجمهور من موضوعات وقضايا، ولكن مع الاتجاهات الجديدة لم يعد هذا المفهوم سائداً، فقد أصبح المواطن العادي يأخذ دوراً جديداً ليقول كلمته ويفصح عن رأيه، لقد انتقلت القوة الإعلامية إلى أياد جديدة: هي أيادي المواطنين الذين يمتلكون إمكانية الاتصال عبر الإنترنت، ويرى أوكانر وشيشتر أنه من الأفضل لوسائل الإعلام التقليدية ألاّ تعادي مثل هذه المواقع بل تحاول أن تدمجها في أهدافها الإعلامية، ويجب أن تتخلى وسائل الإعلام عن مفهوم السيطرة الكاملة على الإعلام والمعلومات حتى لا تفقد السيطرة على هذا المجال.

وفي محاولات جادة من قبل بعض المؤسسات الإعلامية لاستثمار مثل هذه الوسائل الإعلامية الجديدة صحافة المواطن، فقد سعت بعض هذه المؤسسات إلى إدماج جهود المواطنين الذين يمتلكون مواقع وخدمات إخبارية وإعلامية ضمن عمل وبرامج المؤسسات الإعلامية التقليدية.

والملاحظ أن الكثير من السياسيين قد تولد لديهم اهتمام بتوظيف هذه الوسائل الجديدة في خدمة رسائلهم السياسية ومحاولاتهم الالتفاف حول الحصار الذي تطبقه وسائل الإعلام التقليدية على بعض الساسة الناشطين، كما يرى بعض الساسة أن هذه الوسائل هي أوعية نشر إضافية يجب توظيفها للوصول إلى الجمهور العام أو جمهور خاص على وجه التحديد في خطوات لمزيد من التواصل بين السياسيين والمواطنين.

ولابد من الاعتراف بأن هناك تحديات كثيرة تواجهها صحافة المواطنين منها رد فعل وسائل الإعلام التقليدي والقوى السياسية المناهضة للديمقراطية وحرية الفرد لاسيما في الدول العربية التي تضع القوانين المقيدة لنشر الأخبار والتحقيقات الصحفية في الجرائم وقضايا الفساد المنتشرة، وذلك عكس الدول المتقدمة التي تحمي الصحفي المهني أو الصحفي المواطن.

لكن صحافة المواطنين بالرغم من العقبات والأجهزة الرقابية التي تستخدمها الأنظمة السياسية، فإنها ستفتح أبواب حرية التعبير ونقل الأخبار بشكل أوسع، لأنها صحافة تسمح للمواطن العادي بالقيام بدور الصحفي وتوصيل أفكاره بحرية إلى جمهور المواطنين بعيداً عن الانحطاط الفكري الذي تفرضه غرائز العنصرية والطائفية والإثارة الدينية.

إن صحافة المواطن هي رد فعل قد يكون في الوقت نفسه عفوياً وواعياً عن تقلص حضور المواطن في قضايا الشأن العام، وتأكيد لحالة من التشكيك في صدقية الصحافة، وهي بذلك تعكس ظرفاً حرجاً من عدم الثقة بين وسائل الإعلام التقليدية والجيل الجديد من مستخدمي الإنترنت والإعلام الإلكتروني.

ويبدو أن صحافة المواطن تسعى أكثر إلى إعادة الواقع والتمسك بسلة المثل التي تبشر بها الديمقراطية، وكيف أن المواطن بإمكانه أن يقرر مصيره ويحدد مستقبل أبنائه، ويختار نوعية الحياة التي يريدها، ومن خلال مشروعها لإنقاذ الديمقراطية تريد صحافة المواطن إنقاذ الاتصال والإعلام من آليات التوظيف والاحتكار، يصبح ذلك ممكناً من خلال تفعيل الجدل والحوار الديمقراطي حتى يتمكن الناس، كل الناس، من تحديد مستقبلهم الفردي والجماعي بكل حرية وشفافية، وبعيداً عن كل أشكال الضغط والتلاعب.

وستنجح صحافة المواطن عندما يدرك المواطن نفسه دوره الفعال والمؤثر في إحداث التغيير الاجتماعي والاقتصادي والسياسي والثقافي عبر صحافة تلتزم بالقيم والأخلاق بعيداً عن التجارة بمستقبل وحياة البشر، وهذا يعني نقل الحقيقة بموضوعية وعدم الانحياز إلى جانب على حساب الآخر، بمعنى الابتعاد عن التكهنات والآراء الشخصية المتعصبة لفكر أو أيديولوجية معينة، وستكون صحافة المواطنين صحافة واقعية عندما تقدم خدماتها للمواطن بواسطة صحفي يستطيع استيعاب تكنولوجيا العصر لصنع صحافة الجماهير، وهذا ما ينتظره الجميع من أبناء الأوطان.

وكما يقال فإن (الماضي تاريخ والمستقبل مجهول واليوم نعمة)، ورغم أن الغد قد يحمل لنا الكثير من المفاجآت التي لم ولن تكون على البال، فإن اليوم أيضاً يحمل في طياته الكثير من التغيير لو أحسنا التعامل معه.

هوامش الفصل الثاني عشر

1. Rob Nyland, "The Gratification Niches of internet social networking,email,and face to facecommunication",(Master of Arts, Department of communications Brighan Young University,2007, p3،
2. http://www.dw.de/dw/article/0,,15932020,00.html
3. http://www.alternativenews.org/arabic/index.php/blogs/2010-08-19-01-05-29/2823-2011-02-23-13-14-24
4. http://www.alriyadh.com/net/article/667524
5. تم الأعتماد على الكثير من المعلومات في دراسة نديم منصوري، دور الإعلام التواصلي الجديد في تحريك الثورات العربيّة، أنظر موقع:

http://www.al-akhbar.com/node/61097 بتاريخ 26 حزيران 2012.

6. http://www.mostakbaliat.com/?p=60936-
7. http://www.maganin.com/content.asp?contentid=18999
8. http://www.emaratalyoum.com/life/four-sides/2012-01-10-1.451575
9. للمزيد من المعلومات عن صحافة المواطن أنظر:

- http://international.ohmynews.com/
- Wellman, B. (1999).Networks in the global village: life in contemporary communities ،Retrieved from http://books . google .com/books? hl= en&lr = &id=vhuOBRPSpUC& oi=fnd&pg=PA331&dq=impacts+of+virtual
- communities&ots=7THb6lTp0s&sig=vJ0wFzDrlX4wzQpjwbRKmGLYlNs#v=snippet&q=belonging&f=false

10. http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%B5%D8%AD%D8%A7%D9%81%D8%A9_%D9%85%D9%88%D8%A7%D8%B7%D9%86

11. مبارك بن زعير، صحافة المواطن والمسؤولية الاجتماعية، الجزيرة نت بتاريخ 1/ 5/ 2011، انظر موقع

http://www.aljazeera.net/analysis/pages/ec992c8b-d349-4c40-8b57-fd45fb0f712f

الفصل الثالث عشر

العرب وصدمة الإعلام الجديد: رؤية مستقبلية

مقدمة عامة:..

فرضت تفاعلات العولمة تحديات كثيرة على مختلف دول العالم ولعل من أبرز تلك التحديات تحدية السيادة الذي بات يوجس مختلف الوحدات السياسية المكونة للنظام الدولي الراهن وكذلك التحديات التي ترتب عن مختلف المستجدات ومنها تحدي اختراق الخصوصية الثقافية للآخر وكذلك جملة التحديات الإعلامية: وأبرزها التحدي المهني بسبب عدم نضج التجربة الديمقراطية في الوطن العربي وسيطرة نمط الدولة السلطوية على النظم السياسية التي تتبنى أيديولوجيات تقليدية.

وإذا كان العالم ينتج كل دقيقتين تقنيات جديدة، فإن الاتصال الرقمي حوّل العصر إلى رموز ومعلومات عصيّة على الإدراك لحجمها وتنوعها وكثافة بثها، بحيث نجد أنّ ازدياد المعلومات خلال السنوات العشر الأخيرة تعادل المعلومات التي أنتجتها البشرية على مدى القرون الماضية.

والأخطر في التقنيات الإعلامية الرقميّة، أنها ساعدت الأقوياء، عسكرياً، واقتصادياً، ومعلوماتياً وتكنولوجياً، على تضليل عقول شعوبهم، ومسح ذاكرتهم الإنسانية، مثلما ساعدت على الهيمنة والإقصاء، وتدمير ثقافة ومنظومة قيم الضعفاء، ولكنها أسهمت أيضاً في توسيع فضاء حرية المعلومات وتداولها، وتقريب العالم جغرافياً ومكانياً وإنسانياً، والأهم أنها ألغت رقابة الحكومات المستبدة، وأسقطت جدرانها الحديدية التي بنتها لتكبيل المواطن، وغلق منافذ تنفسه، وتكميم أفواهه.

وهناك اختلافات في تقويم تكنولوجيا الاتصال والمعلومات والإعلام من قبل المفكرين والباحثين، وهي اختلافات تبدو موضوعيّة، لاختلاف الرؤى والأيديولوجيات تتمثل بالآتي:

1. تكنولوجيا المعلومات ليست جانباً مادياً فقط، وإنما هي نظام أفكار، ونظام للتحكم والسيطرة على المستوى الدولي والمحلي، ويمكن استثمارها من قبل الدول المتقدمة لدعم خططها وبرامجها العسكرية والإعلامية، وفي دعم الجوانب الإنسانية والثقافية والفكرية وتنمية المجتمعات.
2. التقنيات الحديثة، وبالذات تكنولوجيا المعلومات، ستساعد على امكانية التحكم في التدفق الهائل للمعلومات من خلال التقنيات الحديثة، لأن العالم يتحول إلى شبكة هائلة تشبه الجهاز العصبي في جسم الإنسان الذي ترتبط كل أجزائه ببعضها بعضاً ارتباطاً وثيقاً، ومن المحتمل استثمار هذه التقنيات لشن حروب التضليل الإعلامي من خلال تسريب الشائعات والمعلومات غير الدقيقة، كما حدث في حرب الخليج الثانية وحرب احتلال العراق.
3. التقنيات الحديثة تؤدي أحياناً إلى التفكك والانعزال، وأحياناً تحقق التقارب والتفاعل والتواصل، لأن هذه التقنيات هي عبارة عن تغير اجتماعي واعٍ، ومن المحتمل نشوء مجتمع مدني جديد متعدد الجنسيات.
4. إنّ تكنولوجيا الفضاء، والمنجزات التقنية العالية في تكنولوجيا المعلومات والإعلام، وجعل العالم (قرية صغيرة) بفضل الثورة التقنية ومعطياتها، وما يمكن أن يكون عليه المستقبل من تطور في نظام الإرسال والاستقبال الفضائي في زيادة قوة بث الأقمار، وصغر حجم معدات الاستقبال العادي، وانتفاء الحاجة إلى القيود بسبب تساوي الراديو والتلفزيون من ناحية الاستقبال، وشيوع الكمبيوتر وتطوره المذهل بحيث يصبح مستقبل العالم (كمبيوتراً صغيراً)، فإن معطيات هذه الثورة الإعلامية يمكن أن تسبب بتفاقم الأوضاع الاجتماعية والأزمات، وتزيد من التأثيرات الاجتماعية والنفسية على الشباب العربي نتيجة طوفان المعلومات وما يسببه عصر (العولمة) من احتكار وتسلط على العقل الإنساني. (1)
5. أن هذا التطور إنما هو نتيجة مخاض، لأن التكنولوجيا هي ملتقى فضاءات متداخلة أو لنقل أن دراسة هذه المسألة تفترض التقاء وتداخلا عميقا بين فضاء التكنولوجيا وفروع معرفية أخرى كالاقتصاد وعلم الاجتماع والسياسة.
6. التكنولوجيا لا تأتي من فراغ، خارج الكتلة الجدلية التي تربطها بالإنتاج وبالعمل، وبعبارة أخرى إن التكنولوجيا نظام اجتماعي له فلسفته وهياكله، وهنا ما يجعل منها تكنولوجيا أكثر ما يجعل منها تقنيات تضبطها عوامل مكانية أكثر منها زمانية.

7. إن التكنولوجيا ليس من الواجب أن ترادف التجهيز التقني لأنها تحيل إلى المعرفة، وهي مجموعة المعارف المناسبة والضرورية لخلق المستحدثات البشرية وتكيفها وصيانتها، وتشكل هذه المستحدثات الجانب المتفاعل بين بني البشر وبيئاتهم، فهي التي تتيح لهم تعويض النقص الطبيعي في كفاءاتهم تجاه محيطهم المعقد.[2]

خيارات العرب للمشهد المقبل

تتعرض المنطقة العربية منذ سنوات بعيدة لعمل منظم ومبرمج لاحتلالها إعلامياً، وهو احتلال أقوى وأقسى من احتلال الأرض بمعايير القوة العسكرية، لأن الأرض يمكن احتلالها بسهولة، ولكن احتلال العقل أصعب بكثير، وتأثيراته أعمق وأخطر، ومنهجياته العلميّة أعقد في غسل دماغ العقول، لهذا كان (الآخر) ينشئ مختبرات العلم، و(يخصّب مضمون الإعلام) ويستثمر العلوم، ويوظف تقنياته الاتصالية لخدمة مخططاته، وهي مخططات ترمي إلى بناء رسالة إعلاميّة مؤثرة، تستمد قوتها الإقناعيّة من مناهج علم النفس والعلوم الحديثة، ولتصبح الرسالة بمفهومها الشامل عمليات نفسية واجتماعية وفسيولوجية لاختراق البشر، وتكريس نماذجها وأنماطها وثقافتها على المجتمعات العربية بوسائل الحرب النفسية وغسل العقول وتدمير النفس، بمعنى أن تصبح الرسالة الإعلامية ذات جدوى في عملية التأثير أشبه بتأثير (اليورانيوم المخصب) في تأثيراته البيولوجية والفسيولوجية والنفسية في المتلقي، بمعنى أن (يورانيوم الإعلام المخصب) في مختبرات الإعلام والعلاقات العامة والحرب النفسيّة، يريد بإشعاعاته المرضيّة أن يحدث أكبر تأثير في عقل الإنسان ومدركاته، لتدميره معنوياً، وإصابته بأمراض القلق، والانحراف، والأعصاب، والاغتراب، والتمرد والفردية، والعلوانية، والاستهلاك، وتوطين العجز في النفوس، وبمعنى أوسع تدمير الواقع العربي وبنيته الاجتماعية وثقافته وقيمه.

وهناك الأخطر، على جبهة العرب، وهي جبهة ضعيفة، تسمح للآخر باختراقها، فأنظمتها السياسية، تقمع مجتمعاتها، وتختزلها بالحاكم الواحد، وتقيّد حرياتها وتكتم أفواهها، وتنبذ الديمقراطية وحق الاتصال والتعبير، وتمنع مشاركتها في صنع القرارات والتعبير عن أفكارها بالقمع والقسر، وأنظمة اجتماعيّة تعاني الأميّة والجوع والتخلف والقهر الاجتماعي، والسلطوية الاجتماعية والطبقيّة، وبطالة قاتلة، وشباب مهمّشون وضائعون، وفساد ورشاوى تستشري في مؤسساتها، وأنظمة تعليمية تقليديّة تجتر معلومات الأمس،

وتهمل العصر، أو تقرّب العصر، وتقتل ثقافة الأمة ولغتها، وتكون عوناً للاختراق الأجنبي، وأنظمة إعلاميّة عربيّة تبحث عن الترفيه، وتسطح الفكر والحياة، وتكون أداة لتخريب الذوق، وقناة لتسهيل إشاعة المادة الأجنبية، بدلاً من دورها في حصانة المواطن.

وفي عام 2006، وفي كتابي يورانيوم الإعلام[3] تنبأت بسقوط الأنظمة العربية المستبدة، وقلت (سيسقط الإعلام الرقمي الحكومات الضعيفة والمستبدة والقمعيّة والسلطوية في المستقبل، لأنها ستجد نفسها أمام سيل من النشرات الإلكترونية، والبث الصوتي الإلكتروني، والبث الفيديوي الرقمي عبر الإنترنت، دون إذن منها، ودون الالتزام بقوانين الإعلام، في الوقت الذي أصبح عاجزاً تماماً عن مواجهة عصر الجماهير الرقميّة!).

وهو توقع يأتي ضمن ما يسمى بالبحوث المستقبلية، المرتبط بتوقعاتي لمستقبل الإعلام الجديد، ورؤيتي لما يحدث، وهي رؤية قائمة على تفسير جدلي لتأثير الإعلام وتطوره، وتحليل للأحداث، واستيعاب لثورة تكنولوجيا الإعلام.

وفي يقيني أن الإعلام الجديد أصبح يمثل نظاماً إعلامياً موازياً للإعلام التقليدي، الذي أنتجه ظرف اتصالي تنقصه الحرية، وتسيطر عليه الأنظمة بضوابطها السياسية، ويضغط عليه المال بسطوته، ما أبعده في كثير من الأحيان عن اهتمامات الجمهور وقضاياه الحقيقية، بالإضافة إلى (انعدام الثقة في معظم المؤسسات الإعلامية الرسمية، بل أصبح له دور فاعل ومؤثر في اختيار الرسالة الإعلامية وتحديد مساراتها، للدرجة التي بدلت السؤال الكلاسيكي: ماذا تفعل وسائل الإعلام بالجمهور؟ إلى عكس الاتجاه: ماذا يفعل الجمهور نفسه بوسائل الإعلام؟ وأصبح الجمهور إلى حد بعيد يصنع إعلامه، بدلا من أن تكون للإعلام وحده سطوة تحديد أولويات القضايا التي يفكر فيها الجمهور.

إن الإعلام الجديد الذي سنشهد صعوده بوتيرة متسارعة في ما هو مقبل من الأيام، ليس فيه لاعبون ومشاهدون؛ بل الكل فيه لاعبون: سواء كانوا محترفين أم هواة، وسواء كانوا من الصفوة أو المهمشين، إعلام يقوم بكل الأدوار المتوقعة وغير المتوقعة، لا توجد موانع تحده أو سقف يحول دون صعوده.

وهكذا وجد (الإعلام الجديد) أكبر وأهم عوامل انتشاره، وإن كان لا يخلو من مخاطر فقدان المهنية وعدم التيقن من المصداقية، والإغراق أحياناً كثيرة في الذاتية وضعف الجوانب الأخلاقية، إضافة إلى خلق شكل جديد من الديمقراطية غير المنضبطة بأطر سياسية تحدها، ورغم ذلك سيظل هذا الشكل الجديد موجوداً، ما دام القهر والتهميش يلاحق نسبة كبيرة من سكان المعمورة)، ولا ريب أن وسائل الإعلام الجديد كانت السلاح الأبيض الذي استخدمه المحتجون للمطالبة بإسقاط أنظمتهم التي لطالما ضيقت عليهم مساحة الحرية والتعبير عن الرأي، فهل كان يعلم مارك زوكربرغ مؤسس الموقع الاجتماعي فيسبوك، أن شبكته التي أرادها للتواصل داخل أروقة جامعته، أنجبت ثورات تغير بموجبها مجرى التاريخ في العالم العربي؟

والحقيقة أن الإعلام الجديد المتمثل في المدونات ويوتيوب وفيسبوك وتويتر وغيرها من مواقع اجتماعية قد قام بدور أساسي ومهم في أهم الأحداث العالمية والعربية ابتداء من انتخاب الرئيس أوباما عام 2009 إلى ثورة الشباب العربي.

ولكن منذ أن انطلقت أحداث تونس ومصر وليبيا وسوريا، أثبتت هذه الأحداث وبما لا يدع مجالاً للشك أن الإعلام الجديد أخذ الكثير من الإعلام التقليدي في نشر المعلومة بسرعة كبيرة وبتأثير قوي من قبل مستخدميه في العالم، فأحداث تونس ومصر وليبيا وسوريا جعلت من وصول المعلومة إلى الجمهور بشكل سريع ومباشر من دون تضليل أو تغيير للحقائق، واثبتت هذه الأحداث أيضاً أن المعلومة التي تأتي من قبل الجمهور لايمكن السيطرة عليها مهما فعلت الجهات الرسمية من تضليل وتغييب لها،وكل الأحداث أكدت لنا أن قوة الإعلام الجديد والشبكات الاجتماعية كانت لها الدور البارز في ايصال المعلومات بسرعة من الشعب نفسه من خلال تواجده القوي في الفيسبوك والتويتر، ورغم أن السلطات منعت هذه الوسائل بشتى الطرق من حجب وإغلاق لها، إلا ان تدفق المعلومات لم يتضرر، حيث كانت المعلومات تصل بكل سرعة ووضوح وبالصوت والصورة، واضطرت السلطات ان تقوم بخطوة لم يتوقعها أحد وهي إغلاق الانترنت بشكل كامل عن الشعب، ولكن هذا لم يمنع من وصول الأخبار إلى الجمهور من خلال تحديثات تويتر والفيسبوك.

وكلما تأملنا أخبار اليوم، نحتاج إلى أن نعترف ان تحت سطح الاحداث يكمن واقع افتراضي يمنح السياق الجديد الفوضى والتقدم على حد سواء، فالإعلام الجديد يمكن أن

يوحد الأمة، مثلما يستطيع أن يفرقها، ويمكن له أن يكون أداة للصراع أو أداة للسلام، لكن على صانعي السياسة في الوطن العربي ان يتعاملوا بجدية مع هذا اللاعب الجديد.

إن سرعة الإعلام الجديد واتساع نطاقه أمر رائع حين تكون هناك حاجة إلى تحذير الناس من اقتراب اعصار أو ما شابه ذلك، غير ان هذه المزايا يمكن ان تكون ضارة حين تقدم الإشاعات المغرضة على أنها (أخبار الساعة)، ولا يمكن لوسائل الإعلام الجديد ان تتسبب في الاضطرابات ولكن بإمكانها المساعدة في نشرها وإدامتها، سواء تعلق الأمر بأحداث شغب في المدن أو بنزاعات على نطاق واسع او بأحداث إرهابية، ذلك لأن ميزة السرعة في الإعلام الجديد يمكن أن تكون مفيدة للغاية في أعقاب حدث مثل تسونامي، 2004 ويمكن أن يزيد من الأزمة كما حدث في فرنسا عام،2005 حين استخدمت المدونات ومواقع الإنترنت ووسائل الهواتف الخليوية في تحريض الناس على تنظيم هجمات عنيفة وإحداث عنف في مائتي مدينة، ومثلما يحدث الآن في بعض العواصم العربية، ومن دون شك سيصبح الناس محاصرين بمعلومات من مصادر لاحصر لها، ستنتشرالإشاعات والأخطار، وعلى الجميع التعامل معها بحرفية وبمسؤولية أكبر، وقدر من المعرفة تؤهله لتصفية المعلومات وتمييز الأصلح منها، وبمعنى فإن الإنترنت عبارة عن قناة للمجاري: قناة الكترونية للمعلومات غير المعالجة وغير المصفاة.

ظاهرة الصحفي المواطن

وفي الأحداث العربية الأخيرة، مثّلت وسائل الإعلام والاتصال المتطورة، سلاحاً مهماً في يد المنتفضين من عامة الشعب، وجعلت كل مواطن صحافياً متجولاً، ومع تقدّم مسار الأحداث أخذ دور تقنيات الإعلام الجديدة ومنها الفيسبوك، يتّسع شيئاً فشيئاً حتى تحوّل إلى وكالة أنباء مباشرة، سهّلت تواصل المتظاهرين مع بعضهم بعضاً، وقرّبت المسافات بين ما يحدث في مختلف الجهات، كما اختصرت آلاف الأميال التي تفصل هذه الدول عن أطراف العالم، حتى أصبح بإمكان المواطن المصري والتونسي والليبي والسوري نقل الحدث بالكلمة المكتوبة أو المسموعة، وبالصوت والصورة، إلى كل أصقاع الأرض.

لقد استعانت المواقع الإعلامية على الانترنت بالمواطن الصحفي في نقل الاحداث، وقد نقلت (اوهماي نيوز) التي تنطلق من كوريا الجنوبية التدوين إلى مستوى أقرب ما يكون

من الصحافة التقليدية إذ أصبح لها مراسلون اكثر من مئة الف مراسل، ومحررون يفرضون معايير لضبط الجودة، وهكذا تحولت المواقع الإخبارية إلى مواقع إعلامية للمواطنين، وستصبح (صحافة المواطن) اكثر انتشاراً، سواء باعتبارها احد مسارات انتاج الاخبار التقليدية، أو صحافة مستقلة تمارس عبر الانترنت.

أما العرب فقد عاشوا تجربة مع وسائل الإعلام الجديد، هي ليست مثالية ولكنها تحمل عناصر تستحق الرصد خاصة مع التحديات التي واجهها العرب مع هذا الإعلام، والتي تمثلت في الآتي:

1. **تقييم المحتوى**: فالإعلام الجديد يعج بمحتوى ضخم كما ذكرت ولكن التسليم بصحة هذا المحتوى بأكمله هو خطوة أولى نحو الهاوية فهذا المحتوى ليس صناعة مؤسسات يمكن محاسبتها أو مراجعتها ولكن هذا المحتوى يقدمه مواطن وبالتالي فمصداقية هذا المحتوى تقوم ليس فقط على مقدار وضوحه ومنطقيته ولكن تشمل أيضا مصداقية هذا الشخص للقارئ من خلال معرفته السابقة به وبالتالي فإن مصداقية الشخص تحل محل مصداقية المؤسسة و بطبيعة الحال فإن الأفراد بشكل عام أميل إلى تصديق أمثالهم.
2. **فهم الوسائل**: وكما يعج الإعلام الجديد بالمحتوى فهو أيضا يعج بالوسائل والتي تتمثل في الشبكات الإجتماعية على إختلافها والتطبيقات المختلفة المتضمنة داخل كل منها، وهنا يظهر مدى ضعف المستخدم العربي في إستخدام هذه الوسائل فالكثيرين لا يلموا بأكثر من الخواص الأساسية فقط بل وربما أقل، كما نجد قلة إن لم تكن نـدرة في مجال مبرمجي التطبيقات العربية، وبالتالي فإن العرب بشكل عام لم يصلوا إلى الإستخدام الأمثل لوسائل الإعلام الجديد وإن كان يجيد ذلك بعضهم، كما يقف أيضا في طريق ذلك الإستخدام الأمثل الأوضاع الإقتصادية أو البنى التحتية أو حتى الضغوط السياسية، وهذا التحدي بلا شك كان أثره أكبر على العرب منه على الغرب خاصة وأن هذه الشبكات الإجتماعية أفرزتها في الأصل المجتمعات الغربية بما فيها من تكنولوجيا متقدمة وبنى تحتية متميزة وقوانين تتيح حرية الإبداع والإبتكار.
3. **إثراء المحتوى**: ربما هذا التحدي قد نال حظه من الحديث بشكل كبير خاصة مع تشكيل المستخدمين العربي لحوالي 5% من إجمالي مستخدمي الإنترنت بينما يقل المحتوى العربي على الإنترنت عن 1%.(4)

الإعلام الجديد وهندسة الفوضى الخلاقة

بدءً أقول ينبغي على المرء ان ينظر بعين الشك إلى الادعاءات المتفائلة جداً بالدور التغييري للإعلام الجديد، وبقوته الديمقراطية، فلايمكن ان نتوقع حدوث تغيير حقيقي في عالمنا العربي عن طريق الإعلام فقط، ولايمكن للديمقراطية أن تأتي من الإعلام الجديد، وانما على النظم والمؤسسات السياسية ذاتها أن تتغير، وتتطور، وتتكيف.

إن الإعلام الجديد الذي صنعته الثورة التقنية له محاسنه ومساوئه، فهو وسيط لنقل الثقافات وتبادل الأفكار وتقييمها وساحة للتحاور والنقاش ووسيلة عرض وتسويق لإنتاجات المبدعين وميدان لإجراء البحوث والدراسات واتجاهات الرأي، كما أنه وسيط لنشر الأفكار الخاطئة ووسيلة لنشر الإشاعات والتحريض والتشهير، وطبيعي أن أي منتج تبرز سلبياته في بداية الاستخدام وتتلاشى مع توجه الناس للانتفاع منه.

ويحمل الإعلام الجديد والإنترنت في طيّاتهما تحدّيات أمنية وسياسية واقتصادية وتشريعية وتنموية جدية لا بُدّ من مقاربتها بجديّة عاقلة، خصوصا تلك المتعلّقة بمسؤولية الأفراد الناجمة عن تعبيرهم عن النفس، داخل الإطار المهني وخارجه، عبر المواقع الإلكترونية، وشبكات التواصل الإجتماعي، والمنتديات، والهواتف الذكية، والمحتوى الرّقمي... وما قد يستتبع ذلك من موجبات قانونية، ومساءلة مهنية، ومحاسبة وظيفية وتعاقدية ومالية، وغيرها.

ان ما يثير الانتباه حقا، هي ظاهرة الفوضى الخلاقة التي اوجدها الإعلام الجديد، وبالذات الفيس بوك والتويتر، وهذه الفوضى الخلاقة أو الفوضى البناءة أو التدمير البناء، هي نظرية تُدَاوَلَ على صياغتها وتطويرها أكثر من مفكر غربي، وهي كفكر تعني التدمير التام لمنظومة اقتصادية وسياسية وفكرية معينة وبروز منظومة جديدة من داخلها، نظرية تداولها المفكرون والمعاهد الإستراتيجية الغربية، ولم تجد طريقها إلى التنفيذ إلا على يد كوندوليزا رايس، التي بررت بها التدمير الشامل للعراق وهدف إعادة بناء الشرق الأوسط الكبير.

أن الفوضى التي يمكن أن يعكسها استخدام وسائل الإعلام الجديد يمكن أن تكون فوضى خلاقة تخرج بنتائج إيجابية، وعلى سبيل المثال لعب الإعلام الجديد دوراً أساسياً في الكوارث وكان وراء الاهتمام الكبير الذي تلا الكارثة.

إلا أن (الإعلام الجديد)، كعنصر إعلامي يدخل كل بيت، ويحمل أخبار بعضها في غاية الخطورة، يطرح عدة أسئلة تتصل بقضايا المهنية ومعاييرها خصوصاً التحقق من مصداقية المقاطع، وزوايا الالتقاط، والأهداف السياسية والثقافية للصور، فضلاً عن البعد الأخلاقي خصوصاً بالنسبة للصور المرعبة أو المقززة وما إلى ذلك من مطلوبات الخدمة الإعلامية المهنية ذات الجودة والمصداقية.[5]

أن سرعة تناقل الأنباء فتح المجال لكل من يريد أن يفتح حواراً أو يساهم في نقاشات ونقل المعلومة من فوائد الإعلام الجديد، إلا أن هناك ثغرات فيه أيضا أبرزها عدم قدرة تنظيم تلك المعلومات أو محاسبة واضعها عما يحدث في المؤسسات الإعلامية التقليدية وبناء على ضوابطها الداخلية، إذ بإمكان أي شخص أن يؤسس صفحة على موقع تويتر أو موقع فيسبوك من دون تكلفة مالية أو التزام حتى بإعلان أسمائهم او موقع عملهم أو إقامتهم، وبينما استطاع بعض المستخدمين العاديين للموقعين أن يصبحوا من أهم مصادر المعلومات خلال الثورتين المصرية والتونسية وقبلها خلال المظاهرات الكبيرة في إيران عقب الانتخابات الرئاسية عام 2009، هناك أسئلة حول جهات أخرى تبث المعلومات من دون معرفة مصدرها، وبشكل أخص، هناك أسئلة تثار حول المسؤولية القانونية للمدونين في حال تقدم طرف بشكوى متعلقة بالذم أو التشهير، وقد وضع موقعا (فيس بوك) و(تويتر) إطاراً قانونياً يحمي الشركتين وموقعيهما الإلكترونيين من التورط في تلك القضايا من خلال جعل مستخدم الموقع المسؤول كليا عن مضمون صفحته الخاصة، إلا أن الأطر القانونية لمقاضاة طرف عن مضمون في مواقع الإعلام الاجتماعي ما زالت غير محددة، بينما ينتظر المحامون والمراقبون قضايا محددة يقيمها القضاء لتصبح سوابق يعتمد عليها، وتنتقل حدود القضاء من مقاضاة وسيلة نشر معلومة قد تعتبر أنها تساهم في تشهيرأو ذم، إلى مقاضاة الشخص المسؤول عن نشر المعلومة، أنّ إفرازات الإعلام الجديدة، بدأت تغيّر من القيم والسّلوك، خصوصا وانه لا يخلو من وجود حالة فوضى مزدوجة كما يقول احد الباحثين تتجسد في:

أولا: فوضى في السماء يجسّدها الحضور المتنامي لأقمار الاتصالات، والأقمار المتحرّكة وأقمار المراقبة والرّصد.

ثانيا: فوضى على الأرض تلونها الفضائيات ويغذّي أطوارها الفضاء اللامتناهي لشبكة الإنترنت.

والمشكلة هنا هي أن الإنترنت عبارة عن نظام عالمي مفتوح يربط حوالي 230 دولة حول العالم تختلف في قوانينها وأنظمتها بل وحتى ما يعد مقبولاً وغير مقبول فيها، فما هو أخلاقي في مجتمع ما قد ينظر إليه في مجتمع اخر على أنه غير أخلاقي، وفي إعتقادي أن من الصعوبة حتى لو إفترضنا إمكانية إجتماع تلك الدول لمناقشة المشكلة فإن وضع حلولاً مشتركة وناجعة هو أمر صعب ومستبعد.

وطالما انّ القيمة الخاصة للمعلومات على مستوى الشبكة، تظلّ منخفضة، فكلّما ارتفعت هذه القيمة، انخفضت قيمة المعلومات وبلغت درجة اليقين، والعكس صحيح، فالإعلام الجديد بتضاريسه الحاليّة، يظلّ بعيدا عن السيطرة، ويبقى من الصّعب التنبّؤ بتغيّراته واتجاهاته، ولا يمكن إلا أن يشكّل نظاما ديناميّا مركّبا تسكنه الفوضى.

ويمكن ان نعرف على وجه التقريب عدد المنخرطين في الاعلام الجديد، المرسلين والمستقبلين من خلال فحص احصائيات شركات الهاتف في اسواق المنطقة لكن لا أحد يستطيع ان يقول لنا على وجه الدقة كيف فعلت هذه الوسائل والرسائل في المجتمع، وما الذي تفعله من تغيير بسرعة او ببطء، لهذا نجزم أولا بان العالم العربي يتغير، وثانيا لا ندري ان كان نحو الأفضل أو الاسوأ، هل رسائل الهاتف والرسائل الالكترونية مثلا تساعد على تطوير النظم السياسية، والمشاركة الشعبية الحقيقية، وتسهل تأمين نقل العلوم وتبادل المعارف وتقريب المسافات وتحسين العلاقات؟ ام انها بوابة أوسع نحو الفوضى والإرهاب وتخريب علاقات الشعوب وترويج العنصرية المحلية والقبلية وإحياء الافكار القديمة.

أن أخطر اللاعبين الجدد هو الهاتف الجوال، ففي جيله الثالث صار وسيلة لنقل البث التلفزيوني، كما ان التلفزيون صار وسيلة لعرض رسائل الهاتف القصيرة، حتى انه

اطلقت محطات تلفزيونية خصيصا لخدمة الجوال للاستفادة من مداخيل الرسائل وبعضها أكثر من مداخيل الاعلانات التجارية، وصارت بعض شركات الهاتف في العالم من اكبر ملاك وسائل الاعلام والسؤال الذي حير الاعلاميين لماذا الحكومات ساكتة على غير عادتها؟ احد الاسباب انها مثل من حاول سد تسرب مياه السد بإصبعه، فالسد على وشك الانهيار وهي تعرف هذا.

اللعب بالمعلومة الرقمية

لا ندري على وجه الدقة كيف ستنتهي هذه الثورة المعلوماتية، كما كان العالم القديم يجهل ما كان يعنيه اكتشاف الطاقة النووية، وكانت الآراء ان العالم اكتشف وسيلة لتوليد الطاقة وتحريك المعامل لما فيه خير البشرية ليكتشف لاحقا انه فتح باب الحروب التدميرية الهائلة لتدمير العالم واشاعة الخوف والقلق وأرهاب العباد والدول ضمن الحروب النفسية، مثلما لانستطيع اليوم ان نقرر بالتحديد مستقبل البشرية في هذا الكم الهائل والمفزع للمعلومات التي تتدفق في قنوات الإعلام الجديد، والفوضى للافكار والمعلومات التي تزيد من القلق والاحباط واليأس للبشرية.

ان جهل الانسان بكيفية التعامل مع المعلومة وأستثماره لها، وإفتقاده للمرجعيات التعليمية والمعرفية التي تؤهله لاستيعاب المعلومة وتقرير اهميتها ومصدرها يعتبر أحد اشكاليات الحاضر والمستقبل، وهي اشكاليات ستتضخم وتنمو مادامت تكنولوجيا الإعلام تتطور بسرعة هائلة كل يوم.

وأخطر ما نواجهه اليوم هو العبث بالمعلومة من قبل الشباب، واللعب بمضامينها، وتحويل هذا العبث إلى منهج حياة، تأخذ ابعادا اجتماعية ونفسية تضر بالمجتمع وبقوانينه وأعرافه وقيمه، فنحن اليوم نشهد فوضى شبابية غير ممنهجة في صناعة المعلومة، وهي صناعة تتقمص فكرة نظرية (القطيع) وهي نظرية تلخص ردود الأفعال البشرية لاسيما حينما تكون مع الجماعات الغير منظمة، وانتهت إلى أنه كلما زاد (عدد الأفراد) كلما قل (العقل الواعي) وأمكن قيادتهم فالعقل الجمعي لايعطي الفرصة في استقلالية التفكير، وتكوين القناعة الشخصية.

أن التحول الأساسي في الاتصال التكنولوجي يجعل التحولات الكبرى تبدأ، ليس فقط في التنظيم الاجتماعي، ولكن أيضا في الحساسيات الإنسانية، والنظام الاجتماعي يحدده المضمون الذي تحمله هذه الوسائل، وبدون فهم الأسلوب الذي تعمل بمقتضاه وسائل الأعلام لا نستطيع أن نفهم التغيرات الاجتماعية والثقافية التي تطرأ على المجتمعات.

وبينما عمل المطبوع على (تفجير) أو تحطيم أو تقسيم المجتمع إلى فئات، تعمل وسائل الأعلام الإلكترونية على إرجاع الناس مرة أخرى للوحدة القبلية، وتجعلهم يقتربون مرة أخرى من بعضهم البعض، فقد عادت حاسة الاستماع مرة أخرى إلى السيطرة، وأصبح الناس يحصلون على معلوماتهم أساساً بالاستماع إليها.

ولاشك أن وسائل الإعلام هي التي زادت من مقدرة الأفراد على التحرك النفساني أو تخيل أنفسهم في مواقف لم يجربوها، وفي أماكن غير الأماكن التي اعتادوا رؤيتها، كما عودت أذهانهم على تصور تجارب أوسع من تجاربهم المباشرة المحدودة، وعلى تخيل مناطق لم يشاهدوها.

وبمعنى آخر، فنحن نشهد تطوراً في حجم وتدفق المعلومات، مثلما نشهد أيضاً انتهاكات خطيرة في صناعة المعلومة واستثمارها سلبياً من قبل الشباب في الحياة العربية في البعد السياسي والاجتماعي،لأن المشهد الحالي للمعلومات الرقمية يعبر عن (مزاجية) و(مودة) لصورة دهنية نمطية مشتركة في طرح الرؤى وعدم يقين للواقع وللافكار، أي إن الجميع بدأ ينظر للواقع العربي وكأنه حالة واحدة مجردة،فما يحدث من ربيع عربي في بلد يعاني الجوع والقهر والتخلف، لابد ان ينتقل هذا الربيع الى بلد عربي آخر تزدهر فيه الحياة وينعم بالأمان وترتفع تنميته ودرجة سعادة الانسان فيه.

وبدون شك فقد وجد الشباب العربي متنفسهم في المدونات فكتبوا، وآخرون وجدوا متنفسهم في الفيديو، واكتشفوا جميعاً أن همهم واحد فكان اللقاء الرقمي في جمهوريتهم الافتراضية الجديدة (جمهورية الفيسبوك) بعيداً عن الاجتماعات الخفية في الغرف السرية، وتوزيع المنشورات في جنح الليل، حيث نجحت ثورات تونس ومصر وليبيا وآخرها كانت اليمن، وكان هذا التعبير أصدق تلخيص لإسهام الإعلام الجديد في تسونامي الاحتجاجات العربية التي ما زالت تهز العالم العربي حتى الوقت الحاضر، بعد أن أطاحت

نظماً سلطوية، لكن المشكلة تكمن في استمرارية الشباب في فتح ملفات بلدانهم بطريقة غير واقعية ومتحيزة تنتمي الى الصور الجاهزة النمطية التي سادت في بداية الثورات، ولتولد فكرة (التقليد والمحاكاة) التي اصبحت اجتماعياً وفق مفهوم (المباهاة الاجتماعية) في تفكير الشباب.

واذا كان البعض يعتقد بأن هذه الثورات هي(صناعة امريكية) مبرمجة، فأنني لاأميل الى هذه الفكرة الخيالية لأنها تهين إرادة من صنعها وفجرها، وتقلل من شأن الابطال والشهداء الذين ضحوا بحياتهم من اجل قهر الجوع والاستبداد والقهر السياسي والاستبداد، لكنني أميل بقوة إلى أن الأمريكان قاموا ب(هندسة الفوضى الخلاقة) في الإعلام الجديد، واستثمروا أدواته التكنولوجية لتحريض الشعوب، واسسوا غرف عمليات خلفية لإدارة هذه الفوضى بجيوش من التقنيين والإعلاميين وخبراء علم النفس والاجتماع والإعلام، لتكريس (نظرية الفوضى الخلاقة) وهندستها سياسيا لأهداف معروفة، وستكون المنطقة بأجمعها تحت مرمى قنائف الإعلام الجديد وهندسة العقل الامريكي بدون استثناء.

وإذا كان البعد السياسي للإعلام الجديد يأخذ مداه التحريضي لإثارة الفتن السياسية وتكريس الانقسام وتفتيت الدول، وإثارة النعرات الطائفية والدينية والقومية، فأنه عامل جديد لإثارة الحساسيات الاجتماعية والتشهير والإشاعات السوداء والجرائم بأنواعها والانحرافات الاجتماعية وتوطين الفساد والأخلاقيات المنهارة.

ومن خلال الإنترنت ترتكب كثير من الجرائم مثل السحب الالكتروني، التجسس، سرقة بيانات ومعلومات تتعلق بالأمن القومي، المساس بحياة الأفراد الخاصة وغيرها من الجرائم وتشمل جرائم المعلومات سرقة أو تغيير أو حذف المعلومات مثال إختراق بريد إلكتروني والعبث بمحتوياته أو سرقة معلومات مخزنة في موقع ما وهذا يحمل في طياته إنتهاكاً للخصوصية وحقوق الملكية الفكرية وأنماطاً إجرامية أخرى، ذلك ان الجريمة المعلوماتية كما ذكر خبراء المنظمة الأوربية والتعاون هي (كل سلوك غير مشروع أو مناف للأخلاق أو غير مسموح به يرتبط بالمعالجة الآلية للبيانات أو بنقلها)، ومن الممكن ألا تكون هذه الجرائم بهدف الحصول علي منافع مادية بقدر ما يكون هدفها التخريب والإضرار بالسمعة.

وهي بلا جدال جرائم تطورت وتنامت بسرعة في ظل الإنفتاح العالمي وإرتباط الأسواق الدولية بعضها ببعض حيث أضحت تجارة الأسلحة والدعارة وغيرها تتم من خلال شبكة الإنترنت والحاسوب وآلياته الإلكترونية فأصبحت الجريمة تتم وتنظم إلكترونياً مما أضفي علي هذا النمط من الجرائم سمة التعقيد وصعوبة السيطرة والملاحقة القانونية والإجرائية.

وفيما يتعلق بالإطار القانوني بجرائم الإنترنت أو تشريعات الإعلام الجديد نجد أنه من الصعوبة بمكان مراعاة التشريعات الإعلامية في الإتصال عبر الإنترنت الذي يخترق كل الأبعاد التشريعية ويتجاوز الخصوصية ويمكن هنا رسم ملامح وسمات عامة توضح الإطار القانوني لجرائم المعلوماتية والإنترنت وذلك من خلال التعريف بهذه الجرائم ثم الإشارة إلى أبعادها الأخرى.

وربما تتم معرفة الحدّ الفاصل ما بين الشخصي والمهني في ثنايا الإعلام الجديد والإنترنت، وبالتالي تحديد المُباح من المحظور، وتمييز (الأبطال) الحقيقيين من (الضحايا) المحتملين... تبقى الخيارات المتاحة أمامنا في الحياة الخاصة تُراوح ما بين (قرار المواجهة) سعياً للمحافظة على الحقوق والمكتسبات والحريّات، أو (واجب التحفّظ) للحدّ من الخسائر والمسؤوليات والتبعات في الحياة المهنية.[5]

صناعة المعلومات المغلوطة

لابد من الاعتراف بأن قضية المعلومات المغلوطة وتبعاتها ليست حكرا فقط على الإعلام الجديد، وانما يعاني الإعلام التقليدي من بعض الإعلاميين الذين لا يمكن الاعتماد عليهم في نقل البيانات أو من الصحف الصفراء.

ومن المؤسف ان يساء استخدام الإعلام الاجتماعي بين الشباب العربي بشكل واضح وخطير، لأن كل تقنيات الجوال والإنترنت ظهرت في العالم لأسباب تجارية وتسويقية بحتة ويساء استخدامها في المجتمعات العربية لأسباب اجتماعية وسياسية ونفسية، فمثلاً إتاحة خدمة الكاميرا ضمن الهواتف الجوالة ساعد على ظهور قصص كثيرة لإساءة الاستخدام والابتزاز، كما أن تقنية البلاك بيري التي ظهرت في العالم لتسهيل إدارة الأعمال والبقاء على

اتصال ضمن قطاعات الأعمال استخدم في الوطن العربي من قبل المراهقين بطرق قد لا تكون حكيمة بالكامل نظرا لغياب أدوات التثقيف والتوعية.

ومع ذلك اقول بأنني اخالف وجهة النظر التي تقول إن الإعلام يمكن أن يصنف من ناحية الفوضى أو النظام، فالإعلام الجديد هو ببساطة عربة يمكن أن يستقلها أي شخص كان وهي متاحة ودقيقة وفعالة، وكون الإنترنت ووسائل الإعلام الجديدة أصبحت في متناول اليد، أمر يجعل من السهل ملاحظة الاستخدام السلبي لها لأن المراهقين والشبان هم الفئة العمرية الغالبة في العرب وهم أكثر المستخدمين لهذه الوسائل.

ويعود إشكالية إساءة الاستخدام لضعف وتراجع دور المؤسسات التقليدية وتحديدا الأسرة والاستعاضة عنها بأدوار جماعات افتراضية عبر الشبكات الاجتماعية، الأمر الذي أدى إلى خلل في فهم العلاقات الاجتماعية بين الأطراف،وهو نتيجة حتمية في ظل هذه الظروف، والمشكلة أن المؤسسات البديلة التي يفترض أن تقوم بدور التوعية والتثقيف لا تزال تقف موقف المراقب، والحل الأول لأي مشكلة هو الاعتراف بها والبدء بوضع حلول علمية لتطبيقها وهو ما لا نراه في مجال التعامل مع إساءة استخدام وسائل الإعلام الحديث في المجتمع.

والمشكلة الاخطر، فإن الشباب العربي ما زال يعد الإعلام الجديد مرجعيته الرئيسية، حيث أظهرت نتائجالاستقصاء الذي أجرته شركة «يوغوف» عام 2012 على ثلاثين ألف مستخدم لوسائط الإعلام الجديد في دول الشرق الأوسط كشفت أن واحداً من كل خمسة أشخاص يثقون بالمعلومات الواردة على مواقع الإعلام الجديد (فيسبوك وتويتر والمنتديات والهواتف النقالة وغيرها) أكثر مما يثق ونفي المعلومات المذكورة في الإعلام التقليدي، كما كشف الاستقصاء أن 45 في المئة يدخلون على الإعلام الجديد من خلال الهواتف النقالة، بينما يستخدم 47 في المئة الإنترنت من أجل البحث عن برامج تلفزيونية ومشاهدتها عبر وسائط إنترنت (مثل يوتيوب).

إن الإعلام الجديد أصبح (جزءاً من الحياة العصرية لسكان الشرق الأوسط، وإن 87 في المئة منهم قالوا إنهم يزورون مواقع (فيسبوك، وإن مصر لوحدها لديها 42 في المئة

من مستخدمي تويتر، وإن 1 من كل 5 أشخاص يرسل تغريدة تويتر واحدة على الأقل يومياً).

ومن الواضح ايضاً أن المنطقة العربية تمر بمرحلة معلوماتية خاصة بها تختلف درجة حدتها وسرعة خطواتها عن تلك التي في العالم المتقدم، ويبدو أن السبب الرئيسي لبطء الحركة في واحدة من أهم الوسائل العصرية للحصول على المعلومات هو عدم إعطاء الساسة العرب أهمية قصوى لموضوع الإنفتاح على الإنترنت.

إن الحل كما يرى أحد الباحثين لمواجهة الإعلام الجديد وتقليل آثاره السلبية يتمثل في:

الجانب الأول يتعلق بالأفراد والجهات المختلفة التي تقوم بإستخدام الإنترنت لنشر المعلومات، هذه الجهات ينبغي أن تكون لديها رقابة ذاتية لكل ما تقوم بنشره على الشبكة، وإن كانت التجربة تشير إلى أن هناك أشخاصاً يفتقرون إلى تلك الرقابة الذاتيه، وعلاج هذه الظاهرة يكون من خلال القوانين الصارمة وبرامج التوعية المكثفة.

الجانب الثاني يرتبط بالعائلة نفسها، وأهمية تعميق مفهوم التوعية والحوار الديمقراطي مع الابناء.

الجانب الثالث يرتبط بالجهات الحكومية المختصة في كل دولة والتي تقع عليها مسئولية دراسة الأثار الإجتماعية والإقتصادية والسياسية للإنترنت ووضع القوانين والأنظمة التي تحكم ما هو مقبول وما هو غير مقبول.

أن الإعلام الجديد بالرغم من إتهامه بصفة الفوضوية، فإنه يمكن أن يكون منظما وهو ما لا يمكن تحقيقه إلا من خلال مستخدميه بالدرجة الأولى، وتجب الإشارة إلى أن هذا النوع من الإعلام تصعب السيطرة عليه، والطريقة الأمثل للتعامل معه هو التوعية ودفع مستخدميه إلى الاحساس بالمسؤولية، لأن الأنظمة مهما بلغت حدتها لن تكون رادعة على الرغم من نجاحها في حد إساءة الاستخدام.

والهاتف الجوال الذي يعد نجم الإعلام الجديد القادم، هو المرشح لاكتساح الساحة نظرا لسهولة حمله والوصول من خلاله، وتوطينه للتطبيقات الحديثة، ودخول شركات الاتصالات في عملية الإنتاج الإعلامي هو دليل على هذا التحول.

إن المستقبل القادم سيكون أشد سواداً ما لم توضع الحلول وتسن القوانين الكفيلة بمعاقبة كل من يتسبب في الإساءة للأشخاص، وليس كافياً أن يتعامل مع الأمر على إنه إعلام جديد لابد من التعايش معه وهو أيضاً لا يعني الفوضى والإساءة.

الرئيس والمواطن في حكومة التواصل الأجتماعي

يبدو اليوم، في عصر الإعلام الجديد،إن الوسائل التقليدية لكسب الجماهير أصبحت في خبر كان، حيث ضعف دورها وخف صوتها وقل بريقها، ولم تعد الخطب الرنانة للرؤساء، ونظريات (الكاريزما) تلقى تجاوباً وتفاعلاً من الشباب الذي اسس له جمهوريات في عالم التواصل الأجتماعي، فقد انتهى العصر الذي كانت تزحف فيه الملايين الى الميادين لتسمع صوت هتلر وديغول وتشرشل وغاندي وخروتشوف وكاسترو وتيتو وعبد الناصر وعرفات، مثلما انتهى عصر البيانات السياسية الثورية الرنانة التي كانت تدغدغ المشاعر وترفع من معنويات الجماهير، وليبدأ عصر جديد انتقل الإعلام فيه من السلطة الرابعة الى السلطة الخامسه وهو سلطة المواطن والتي تمكن من بسطها على المجتمع من خلال المدونات والمواقع الالكترونية والصحف الالكترونية ومن ثم مواقع الدردشة وعلى رأسها الفيسبوك والتويتر، بمعنى تحول المواطن من متلق للقرار الى صانع له.

ولم يستوعب الزعماء العرب الذين اسقطتهم جماهير الفيسبوك والتويتر عصرهم الجديد، وأصروا مخاطبتها بخطب الخمسينات والستينات، فتم سقوط مبارك وبن علي في الخطاب الثالث، فالرئيس التونسي السابق زين العابدين بن علي ألقى 3 خطب في 20 يوماً خلال الثورة، وكانت كلمات (أنا فهمتكم... نعم أنا فهمتكم) ابرز عناوينها، ولم تجدي نفعاً،أما الرئيس المصري السابق حسني مبارك، فألقى 3 خطب قبل أن يتنحى من منصبه، والتي حاول أن يقنع شعبه أنه فهمهم، وأنه لا يجد (حرجا أبدا في الاستماع لشباب بلادي والتجاوب معهم)، ومع ذلك أصرت الجماهير على عدم الاستماع له فأسقطته في موجات بشرية في ميدان التحرير، أما القذافي فقد سقط في الخطاب العاشر، ومن أشهر كلمات خطبه

تلك التي وردت في خطبته الأولى (سنزحف عليهم بالملايين لتطهير ليبيا شبر شبر، دار دار، بيت بيت، زنقة زنقة)، ولكن الاحداث جرت بما لايشتهي (ملك أفريقيا)، حيث طاردته الجماهير من (دار لدار وبيت لبيت وزنقة لزنقة)، وليقتل في مشهد درامي حزين.

أما الرئيس اليمني السابق علي عبدالله صالح، فكرر طوال السنة تصريحات توحي تارة برغبته في التنحي وتارة أخرى بالتمسك بالسلطة، وتميز عن الرؤساء الآخرين بإلقاء خطبه يوم الجمعة، بالتوازي مع جمع الاحتجاجات ضد نظامه.

وبدون شك فأن الرئيس السياسي اليوم ينبغي أن يتسلح بما يسمى (بعقل المستقبل)، التي تشمل العقل التخصصي، والعقل التركيبي، والعقل الابداعي، والعقل الاخلاقي، مثلما لا يمكن له تجاهل هذه الثورة التقنية الهائلة التي اصبحت تشكل عبئاً كبيراً على الدول، كما لا يمكن له تجاهل العدد الكبير من الشباب الذي اسس له دولة افتراضية من اكبر دول العالم في عدد السكان، واقواها في حرية التعبير، وأكثرها تنوعاً في في الاديان والقوميات واللهجات والمذاهب.

ومن الطبيعي ان تلعب وسائل الإعلام الاجتماعي اليوم دورا حيويا في الأحداث التي تدور حولنا في العالم، ويكاد هذا الدور يصل إلى دور اللاعب الرئيسي في تلك الأحداث، كما أنه يشكل اليوم عماداً اساسياً في بنية المؤسسات باختلاف أنواعها الاقتصادية والسياسية والاجتماعية؛ الحكومية منها وشبه الحكومية وغير الحكومية على حد سواء، كما إن الأنظمة اليوم غير قادرة على حجب مواقع التواصل الأجتماعي عن المواطنين وبالتالي قمعهم وقمع حرية التعبير لديهم، لأن أهمّية الإعلام الإجتماعي لم تعد تكنولوجية الأبعاد فحسب، بل هي في عصر قد تصنع فيه التغيير والثورات وتستنبط منه ايديولوجيات جديدة يفرضها شباب الانترنت.

إن التحديات الأوسع التي نواجهها مع الإعلام الجديد بالتحديد لا تقتصر على الجوانب التكنولوجية في وسائل الإعلام الحديثة، وإنما تشمل أيضاً تحديات (المحتوى) في ما يكتب وينشر ويقال عبر تلك الوسائل بما في ذلك أدوات الإعلام المجتمعي.

ومثلما يحتدم الجدل في الشارع السياسي حول أي قضية في الوسائل الإعلامية التقليدية، فأن صفحات الفيس بوك كذلك لها نصيب في هذه الجدل الدائر سواء على مستوى الحكومات أو الدول في صفحتها.

ويكفي اليوم مراجعة الأرقام لنعرف قيمة وخطورة الإعلام الجديد في حياتنا المعاصرة، والتي تعكس الكثير من الدلالات التي تجعل منه الجهاز الاقوى في أختراق عقول البشر، فاليوتيوب يزوره شهريا أكثر من 800 مليون زائر يشاهدون فيها أكثر من 90 مليار مشاهدة، وكل دقيقة في يوتيوب يتم تحميل يوميا ما يقارب 48 ساعة فيديو أي ما يعادل 8 سنوات من العرض المستمر، ويتوفر اليوتيوب بـ (43) لغة حول العالم، أما الفيسبوك (Facebook) فأن عدد المستخدمين تخطى 800 مليون مستخدم نشط يستخدم تصفهم الموقع يوميا، ويتم تحميل 250 مليون صورة يوميا ويتم مشاهدة ما يعادل 150 سنة من الفيديو المتضمن من يوتيوب فقط داخل الموقع، ويتوفر الفيس بوك بأكثر من 70 لغة، و3500 مليون مستخدم يستخدمون الهواتف الذكية للدخول على حساباتهم بالفيس بوك، بينما التويتر(Twitter) لديه 175 مليون مستخدم حول العالم و80% من المشتركين يستخدمونه من خلال الهاتف المحمول واحتل موقع تويتر المرتبة العاشرة عالميا من حيث معدلات الدخول عليه حتى منتصف ديسمبر2010، وتخطى لينكد (LinkedIn) 135 مليون مستخدم من 200 دولة بواقع تسجيل 2 مستخدم كل ثانية، ويدعم 14 لغة حول العالم، ويستخدم لينكد ان أكثر من 2 مليون شركة حول العالم، و11% من مستخدمي لينكد يستخدمون الهواتف الذكية للدخول على حساباتهم، بينما تخطى فليكر (Flickr) عدد المسجلين بموقع فلكر 51 مليون مستخدم بعدد زيارات فريدة تصل إلى 80 مليون زيارة يوميا، ويحوي فليكر أكثر من 6 مليار صورة ويتزايد بواقع مليون صورة يوميا.

مواقع الرؤساء

كما أن للسياسة والإحداث نصيب في صفحات الفيس بوك فأن للقادة نصيب كذلك في صفحات الفيس بوك، والذي أحدثها الرئيس الأمريكي باراك أوباما في استخدامه لثورة التقنية والانترنت لحشد المؤيدين والترويج لحملته، والذي بدأ بصورة جلية في انتخابات الرئاسة الأمريكية في 2008م.

ولأنها بدأت تربط بين أطراف المجتمع وتنمو بسرعة، لم يعد بوسع الحكومات الحالية والقادمة أن تتجاهل أهمية هذه الشبكات الاجتماعية، لذلك عليها أن تتدرّب على مواجهة هذا النوع من التحديات، لأن ما يجري ليس(غيمة عابرة،انها مجموعة من السحب السوداء، تجمعت وتراكمت وتفاقمت شحناتها الكهربائية والمغناطيسية)، لهذا تبدو الدول قلقة ومرتبكة لانها تواجه اليوم ما هو أخطر، ولذلك على الحكومات أن تبادر الى استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية، ولا تنتظر حتى تجد نفسها مضطرة لاستخدام هذه الوسائل للتواصل مع الشعب.

ولهذا تحرك المستشارون ومؤسسات العلاقات العامة لإبداء النصيحة الذهبية للرؤساء بضرورة فتح الحوارات مع هذه الدولة الافتراضية وسكانها، وإيجاد لغة جديدة معهم، ولا غرابة أن يقدم أحد مستشاري أوباما استشارة ملخصها(لا تهتم بالصحف كثيراً، فأن كسب العقول اليوم تبدأ بالإعلام الجديد)، ولهذا أسس أوباما صفحة خاصة على التويتر، فأصبح من اشهر مواقع رؤساء العالم، حيث لديه الآن أكثر من مليونا صديق، وهو نفسه الذي فاز بالرئاسة عام 2008،نتيجة التنظيم الهائل الذي أدى الى زيادة الدعم والتصويت من خلال شبكة كبيرة من الداعمين على شبكة الإنترنت قاموا بتنظيم عملية الاقتراع، وساهمت في حملة لجمع التبرعات كانت قياسية حيث قُدرت حصيلتها بـ600 مليون دولار، كما أنها عرضت أشرطة مصورة شوهدت ملايين المرات على شبكة الإنترنت.

ويبدو أن نجاحه أغرى آخرين بأن يحذوا حذوه، فنجد أن رئيس الوزراء البريطاني جوردن براون على سبيل المثال بدأ يستخدم موقع يوتيوب لبث رسائل إلى الشباب البريطاني لتأييد أجندته.

ويعد رئيس الوزراء البريطاني من أكثر الرؤساء في أوروبا متابعة لكل جديد في ما يتعلق بالتعديلات الشكلية لموقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك، وهو أول الرؤساء استخداما لتقنية الصور الجديدة حيث تصدر عنوان مقره في لندن الصفحة الرئيسية، وله مكتب إعلامي مصغر يستعمله للتواصل مع الشعب البريطاني في مختلف القضايا، ويتحدث على صفحته أيضا ما يقارب 3 آلاف شخص يوميا، كما يضع كل نشاط يقوم به على شكل بيان إعلامي على الفيسبوك لتبدأ بعد ذلك التعليقات، وقد جاء في احد التعليقات حول

زيارته لاحدى المدارس في لندن قول أحد مؤيديه (انها مبادرة رائعة فأجمل ما يمكن أن يكون في الرؤساء هو قربهم إلى الشعب)، كما انه يناقش مؤيديه القضايا المطروحة في بريطانيا والعالم ويستطلع آراءهم، كما يستمع إلى معارضيه ويستطلع منهم أسباب اختلافهم في الرأي حول قضية ما.

كما قام كذلك بعض رؤساء الدول العربية صفحات على موقع(الفيس بوك) للتواصل مع الشعوب والعالم عبر صفحاته.

وتشهد صفحات صاحب السمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم نائب رئيس دولة الامارات، رئيس مجلس الوزراء، حاكم دبي، عبر موقعي التواصل الاجتماعي (تويتر) و(فيس بوك) إضافة لقناة سموه الخاصة عبر موقع (اليوتيوب) تفاعلاً كبيراً، حيث تجاوز عدد متابعي سموه المليون ونصف المليون في المواقع الثلاثة، ففي صفحة سموه عبر موقع التواصل الاجتماعي (تويتر) بلغ عدد متابعي سموه أكثر من 800000 وفي صفحة سموه عبر الـ(فيس بوك) بلغ عدد متابعي أخبار سموه أكثر من 600000، وأما في قناة سموه عبر موقع (يوتيوب) فتجاوز عدد زوار القناة الذين شاهدوا الفيديوهات الخاصة بسموه أكثر من الـ 300000 مشاهدا.

وتتميز صفحات صاحب السمو عبر (تويتر) و(فيس بوك) بالتفاعلية، حيث يحرص على تدوين زيارته المتنوعة ومشاركته للمواطنين في جميع المناسبات، ويطلق سموه العديد من المبادرات المجتمعية المميزة، حيث أهدى سموه الأمهات شهادات تقدير، تعبيراً من سموه عن عرفانه واحترامه للجهود الكبيرة للأمهات، وأطلق سموه من خلال صفحتيه عبر موقعي التواصل الاجتماعي حملة للتبرع بالدم لصالح مرضى الثلاسيميا، إضافة الى العديد من المبادرات الخلاقة التي لاقت إقبالاً كبيراً على المشاركة، وتفاعلاً مميزاً من متابعي سموه عبر صفحتيه على (تويتر) و(فيس بوك).

ولعل ما يميز الموقع الإلكتروني هو تزويده مؤخراً بمميزات تقنية تفاعلية هي الأحدث عالمياً في مجال النشر الرقمي بهدف تيسير وصول الزائرين والمتصفحين للمعلومات والأخبار والمواد الإعلامية المختلفة المنشورة على صفحاته بيسر وسهولة تامة، وهي تأتي مواكبةً للإقبال الكبير الذي يحظى به الموقع وبصورة مطردة من قبل جمهور الإنترنت سواء

محلياً أو إقليمياً وأيضاً عالمياً، وذلك نظراً لما يتمتع به سموه من مكانة رفيعة كأحد أهم قادة العالم العربي، وللشهرة الواسعة التي يحظى بها سموه على الصعيد الدولي من خلال سلسلة طويلة من الإنجازات والمبادرات التي تجاوزت حدود دولة الإمارات إلى مناطق عدة من العالم.

وتشير الإحصاءات إلى تنوّع التوزيع الجغرافي لمتصفحي الموقع على نطاق واسع من شرق العالم لغربه، حيث توزّع الزوار على نحو 200 دولة، ذلك عدا الزائرين من داخل الإمارات، وقد ساهم في زيادة أعداد الزائرين من خارج الدولة توفير الموقع محتواه باللغتين العربية والإنجليزية.

ومن أهم المميزات التقنية الجديدة التي أُضيفت إلى الموقع إمكانية ربط المحتوى بأي من صفحات التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت مثل (فيسبوك) و(تويتر)، بما يمكّن الزائر من مشاركة ما يروق له من مواد منشورة مع شبكة أصدقائه في الفضاء الافتراضي، إضافة إلى ميزة المحتوى التفاعلي، وميزة سرعة تحميل الأخبار ومقاطع الفيديو والصور الفوتوغرافية، وإتاحتها في وقت قياسي للجمهور الذي سيمكنه أيضاً متابعة وقائع الاحتفالات والمناسبات الوطنية الكبرى لحظة حدوثها من خلال خاصية البث التلفزيوني.

الأبرز في الظاهرة تتمثل في الرؤى المستقبلية التي تتمثل في:

- الإدراك المبكر لسموه لأهمية الإعلام الجديد، وللمتغيرات الجديدة، و(التحولات العميقة التي تمر بها منطقتنا، والإعلام جزء رئيسي من هذه التحولات، وأن من سينجح في قيادة التغيير في قطاع الإعلام سيحجز له مكاناً مهماً في المستقبل،ومهما كان حجم التغييرات في الإعلام، ستبقى الحقيقة الثابتة بأن ما ينفع المجتمع فكرياً وثقافياً وتنموياً سيبقى، والباقي ستطاله رياح التغيير).
- الوعي بسايكلوجية الجمهور، وبالذات الشباب، ومشكلاتهم وحاجاتهم واتجاهاتهم المعرفية، بمعنى إن فئة الشباب في العالم العربي المعاصر تشكل إحدى الفئات الاجتماعية البالغة الأهمية، إن لم نقل إحدى الطاقات البشرية الهائلة التي لو توفرت لها الظروف المجتمعية الملائمة، وخاصة شروط التكوين والتشغيل، للعبت دورها الطلائعي في المسيرة التنموية لبلدانها وفي تحديد الآفاق الواعدة لمسارها ومستقبلها.

- معرفة المنظومة المعرفية للشباب،أي معرفة ماذا يريدون، وكيف يفكرون بإيجابية بعيدا عن القهر والكبت والإحباط والخوف والسلبية بسبب نضجه الفكري والعاطفي والسلوكي.
- إجادة سموه في فهم عملية الاتصال والإقناع، من خلال الحفاظ على سمة الثقة بالنفس في التعامل مع الآخرين، واحترام الذات وتقديرها، والثقافة الشخصية، والاهتمام ببناء الثقة مع الآخرين من خلال الصدق المطلق، وعدم الكذب والتلاعب، والإنصات للآخرين، واستراتيجية كسر الجليد من خلال التواصل مع الآخرين والمعرفة التامة بقدراتهم وإمكانياتهم وما يمكن أن يقدمه للآخرين من خدمات، والابتعاد عن الوعود الزائدة، والواقعية في تحليل الأحداث، ذلك لأن النصر في لعبة العقول يكون في الغالب لمن يملك مفاتيحها.

والملفت للنظر أن عدد المشتركين في موقع فيس بوك وهو أشهر هذه المواقع تجاوز ال 500 مليون مشترك، وأن دولة الإمارات العربية المتحدة تحتل المرتبة الأولى بين دول العالم العربي من حيث استخدام موقع (فيس بوك)، إذ إن 45 في المئة من سكانها لديهم حسابات على الموقع، كما حلت بين أفضل عشر دول في العالم من حيث عدد مستخدمي الموقع بالنسبة لعدد السكان.

الرئيس الجديد

بظهور شبكات التواصل تغيرت المعطيات كلياً وأصبح المواطن فاعلاً في العملية الاتصالية السياسية، فأصبح بمقدوره إنتاج الرسالة الإعلامية وبثها وتوزيعها، وإشراك الآخرين في التعليق عليها وإضافة ما يرونه مناسباً لها، وأثرت هذه الشبكات في الفضاء الإعلامي وأصبحت قضايا الأمة تناقش بكل حرية وديمقراطية وصراحة وجرأة وشفافية، على الشبكات الاجتماعية، فلعبت دوراً في توعية الشباب وتجنيده وإعطائه الفرصة ليكون فاعلا.

إن التحديات المستقبلية التي تواجه الدول العربية، وبالذات صناع القرارالسياسي، هي الثورة التقنية في مجالات الإعلام الجديد وتنوعها، واستخدامها من قبل جميع أفراد المجتمع، وزيادة التركيز على أدوات التواصل الاجتماعي وتوسيع دائرة استخداماتها خاصة

بين الشباب يدعم الفئة الأكبر والأكثر اهتماماً بهذه الأدوات، وهو الأمر الذي ينبغي أن يضعه صاحب القرار كأجندة في تعامله مع الجمهور من خلال استحداث إدارة جديدة تسمى (إدارة الإعلام الجديد) يكون هدفها متابعة ما يبث على الوسائط عبر وسائل الإعلام الحديثة، والاستفادة منها كمصادر أخبار ومعلومات، والمراقبة المستمرة لمضامين الإعلام والإشاعات بأنواعها، والتحاور مع الجمهور، يديرها مستشارون في التقنيات والإعلام والاتصال وخبراء في علم النفس والاجتماع، لأن (الرئيس الجديد) وهو وسائل التواصل الاجتماعي تعين واضعي السياسات على تحديد الأولويات وتشجع الجمهور على تقبل البرامج وزيادة مستويات الرضا، كما أنها تعزز فرص نجاح نتائج السياسات، وتحفيز الجمهور للمشاركة برأيه والإسهام في التطوير والعمل على مراجعة وتحديث استراتيجية الدولة وآليات صنع القرار بها، إضافة إلى تعزيز المشاركة الاجتماعية عبر أدوات التواصل الاجتماعي وقياس تأثير تبني تلك الأدوات.

سيناريوهات المستقبل

ما الذي ينتظرنا في المستقبل؟

ينبغي على المرء ان ينظر بعين الشك إلى الادعاءات المتفائلة جداً بالدور التغييري للإعلام الجديد، وبقوته الديمقراطية، فلا يمكن ان نتوقع حدوث تغيير حقيقي في عالمنا العربي عن طريق الإعلام فقط، ولايمكن للديمقراطية أن تأتي من الإعلام الجديد، وانما على النظم والمؤسسات السياسية ذاتها أن تتغير، وتتطور، وتتكيف.

إن تقويم وسائل الإعلام الجديدة ترتبط بعناصر أساسية أهمها:

1. الإعلام لا قيمة له، الاّ بالنسبة إلى الذي يعرف كيف يستخدمه، ولا معنى له إلاّ بالنسبة إلى من يذيعه، وهو يمثل سلطة على الذي يفهمه، والذي يملك بعض الوسائل ليجني منه الربح.
2. كمية الإعلام لا تحدّد عدد المشتركين، والإعلام لا يبشر بالديمقراطيّة، وما يحدّد جوهر الديمقراطية ليست كمية الأخبار الجديدة، والصحف، بل الصراع ضد التميز من جانب الذين يتكلمون، ومن جانب الذين يستمعون.

3. إذكاء الصراعات القديمة، لاسيما، أنّ النزاعات التقليدية- كالاختلافات العقائدية وتعدّد الانتماءات العرقية- ما زالت تعاود الظهور من آن لآخر.
4. ان تكنولوجيا المعلومات والإعلام وحدها لاتضمن إرساء دعائم الديمقراطية إذا لم يكن المجتمع نفسه مستعداً لمثل هذا التوجه.
5. تكنولوجيا المعلومات ليست جانباً مادياً فقط، وإنما هي نظام أفكار، ونظام للتحكم والسيطرة على المستوى الدولي والمحلي، ويمكن استثمارها من قبل الدول المتقدمة لدعم خططها وبرامجها العسكرية والإعلامية، وفي دعم الجوانب الإنسانية والثقافية والفكرية وتنمية المجتمعات.
6. التقنيات الحديثة، وبالذات تكنولوجيا المعلومات، ستساعد على إمكانية التحكم في التدفق الهائل للمعلومات من خلال التقنيات الحديثة، لأن العالم يتحول إلى شبكة هائلة تشبه الجهاز العصبي في جسم الإنسان الذي ترتبط كل أجزائه بعضها بعضاً ارتباطاً وثيقاً، ومن المحتمل استثمار هذه التقنيات لشن حروب التضليل الإعلامي من خلال تسريب الشائعات والمعلومات غير الدقيقة، كما حدث في حرب الخليج الثانية وحرب احتلال العراق، وهناك مجموعة من السيناريوهات الذي يشترك الباحث مع عدد من الباحثين في أنها ستحدد مسار العمل الشبابي على الإنترنت في الفترة القادمة.

أول هذه السيناريوهات، سيناريو متشائم يرى أن الحكومات لن تظل صامتة عما يجري على ساحة الإنترنت من تفاعلات تتميز بالحرية المفرطة في الطرح والتحليل، وعلى نحو أصبحت معه شرعية النظم العربية ذاتها في خطر حقيقي نتيجة لعجزها عن استيعاب التيارات الشبابية الجديدة التي رفعت سقف توقعات المواطنين ومطالبهم من النظام السياسي، وبروز تيارات معارضة تسعى للاستفادة من هذا الحراك، يعزز هذا السيناريو اتجاه بعض الحكومات العربية مؤخراً إلى فرض مزيد من القيود على حرية التعبير على الانترنت وحبس بعض المدونين والنشيطين من شباب الإنترنت، والتضييق على تحركات الآخرين بواسطة أجهزة الأمن.

السيناريو الثاني، وهو سيناريو متفائل يراهن على نجاح الحركات الشبابية الجديدة التي يقودها مبدعون اجتماعيون ونشطاء شبابيون على قدر عال من الثقافة والخبرة الميدانية في تغيير أوضاع المجتمعات العربية من خلال فرض أنماط ثقافية مختلفة وأساليب مبتكرة

للحركة، غير أن فرص نجاح هذا السيناريو غير مضمونة إذ تعتمد على مقدار تماسك هذه الحركات من ناحية، والاستراتيجيات التي ستتبعها كل دولة على حدة من ناحية أخرى.

والسيناريو الثالث، والذي أرى أن فرص نجاحه هي الأكبر، ويتعلق بحدوث تغيير نسبي في المجتمعات العربية نتيجة للصراع بين النقيضين السابقين، وعلى نحو ينبىء بتبلور خليط ثالث يجمع بين الدمج الحقيقي للشباب النشط في الهياكل الرسمية، وتبني استراتيجيات وأساليب أكثر اعتدالاً في التعامل مع الثقافة الجديدة للشباب التي بلورها الإنترنت، ومع ذلك، فإن المنطقة العربية ستشهد المزيد من الهيمنة السياسيّة والإعلامية، من خلال التقنيات الرقمية المتطورة والمبتكرة، ولن تكون هذه الحروب، بمعزل عن إدارة الحروب بالإعلام وتقنياتها الرقمية، بل ستكون عاملاً فعالاً في حسم الحروب بأنواعها، لصالح القوى التي تمتلك التقنيات العسكرية والإعلامية الرقمية، وسيتم استثمارها لتفتيت المنطقة، وتقطيعها إلى دويلات طائفية وعشائرية وعائلية وقومية، وإذا كان العراق هو المختبر الأول لتطبيق التجارب العسكرية والإعلامية والنفسية، فإنه سيكون البوابة المفتوحة على كل الدول، ولكن ظاهر المستقبل يشير إلى خسارة الجميع بدون استثناء!.

إن الإعلام في ظل المتغيرات الجديدة سيواجه تحديات نوعية أكبر، وتتضح هذه التحديات في ضوء الحقائق التالية:

أولاً: إن بعض الثورات العربية تمكنت – حتى الآن – من إزاحة رؤوس ورموز النظام السياسي القديم، ولكنها لم تصل إلى موقع السلطة ومركز صنع القرار في ظل الملابسات الخاصة بالفترة الإنتقالية التي تخوضها هذه البلدان، لكن قوى الثورة لا تزال تعتمد على آلية الضغط الشعبي والشبابي في التأثيرعلى السلطات الإنتقالية، وهذه الوضعية تفرض على القوى السياسية والمؤسسات المدنية أن تواصل الضغط من أجل تحقيق الأهداف المباشرة للثورة، ومن بينها إزاحة رموز وسياسات النظام الإعلامي القديم، جنباً إلى جنب مع تعظيم طاقة الهوامش الإعلامية المستقلة وأدوات الإعلام الجديد.

ثانياً: إن وصول الثورة الى موقع التأثير في القرار السياسي خلال هذه المرحلة لايضمن بذاته تغييراً جذرياً في سياسات المنظومة الإعلامية الموروثة عن النظام القديم، وذلك على الرغم من الإرتفاع المشهود في أسقف حرية الرأي وتدفق المعلومات، ويرجع

ذلك إلى ان تشغيل هذه المنظومة في إتجاه مطالب التغيير يصطدم في الأغلب بأشكال من المقاومة والإستجابة السلبية من جانب فئات واسعة من العاملين فيها، وقد يرتبط ذلك في بعض الأحيان بتغليب المطالب الفئوية على حساب المتطلبات الضرورية لتطوير الأداء الإعلامي في هذه المنظومة.

ثالثا: إن تهيئة الإعلام للقيام بأدوار مختلفة نوعياً، كالإسهام في عملية التحول الديمقراطي لمؤسسات الدولة والمجتمع، مسألة تتجاوز بكثير مجرد إستبعاد بعض الأشخاص أو تعديل بعض أوجه الإستجابة، حيث أن الضمان الحقيقي لإنجاز ذلك يتطلب إعادة هيكلة شاملة لمؤسسات الإعلام المملوك للدولة أو الواقع تحت سيطرتها، وهي بطبيعتها عملية طويلة المدى تستلزم تغيير الإطار القانوني والمؤسسي للبنية الإعلامية بأكملها، كما أنها ترتبط بتحفيز مؤسسات الرقابة والضبط الذاتي للبنية الإعلامية القائمة وتمكينها من العمل طبقا لمعايير المهنية والكفاءة، وتطوير نظم الإدارة والتشغيل وسياسات الأجور.[7]

والخلاصة... إن حروب الغد لا يكسبها من يملك القنبلة الأكبر، بل يربحها ذلك الذي يصنع الرسالة الرقمية الذكية، وستكون حروب المستقبل متمثلة بالإعلام وليس بالأسلحة التقليدية أو بأسلحة الدمار الشامل أو حتى بالأسلحة الذكية، وهذا يعني أن الإعلام هو ميزة فيزيائية مثله مثل الطاقة والمادة.

وسيواصل الإعلام الجديد بوسائله الحالية والمقبلة، وبأشكال متجددة، وعلى مستويات مختلفة، إعادة تشكيل النظم السياسية الوطنية والدولية وحياة الافراد عبر مختلف انحاء العالم.

إن الديمقراطية مقبلة للدول المستبدة بفضل الإعلام الجديد، ولم يعد ممكنا إخفاء المعلومات، وعلى الأنظمة ان تقول الحقيقة للناس، وان لم تفعل ذلك، فلن يتبعها الناس، ولن يدعموها، ولن يطيعوها.

إن الفوضى الخلاقة قادمة هي الأخرى في بلداننا، لأن الناس مازالت تعيش في وهم وسطوة الحاكم الراحل، ولأن الديمقراطية تحتاج إلى العقلانية، وتبذ المصالح الفئوية، ولأنها ممارسة وسلوك قبل أن تكون شعارات في ساحات التحرير، وكما أرى فإن المقبل أعظم وأخطر.

هوامش الفصل الثالث عشر

1. ياس خضير البياتي، يورانيوم الإعلام – حروب الأعصاب بالتقنيات الرقمية، المكتب المصري للمطبوعات، القاهرة 2006، 291-292.
2. انظر للتفاصيل: يحيى اليحياوي، الوطن العربي وتحديات تكنولوجيا الإعلام والاتصال، البوكيلي للطباعة والنشر، القنيطرة، 1997.
3. انظر: ياس خضير البياتي، يورانيوم الإعلام – حروب الأعصاب بالتقنيات الرقمية،مصدر سابق، ص298.
4. http://www.ibda3world.com/%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%B1%D8%A8%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%AF%D9%8A%D8%AF /
5. http://www.alsudani.sd/news/index.php?option=com_con ent & view=article&id=4153:2012-03-03-15-47-07&catid=77&Itemid=221
6. http://www.alarabiya.net/views/2011/12/16/182824.html
7. http://ncmf.info/?p=244

الفصل الرابع عشر

خلاصة الأفكار: إكتشاف المستقبل

مقدمة عامة،،

إن فك شفرة العقل العربي ومستقبل الإعلام الجديد وتطوره في القرن الحادي والعشرين، ترتبط بمحددات تتعلق بقضية الديموقراطية في المجتمع العربي، وأزمة الحرية في الفكر والتفكير، وامتلاك الوعي بالواقع وحركته، مثلما ترتبط أيضا بواقع المجتمع العربي وثقافته، وهي ثقافة تقليدية تشمل كل القيم والمعايير والعادات والدين والمعلومات والأفكار والأخلاق، داخل مجتمع تقليدي يتميز بخصائص اجتماعية ذات بنى متناقضة ونمطية: بنى أسرية واسعة تحشد بشكل متحرك ومطاط عدداً كبير من العناصر، متشابكة المصالح والتأثيرات ويستتبع ذلك مجموعة كبيرة من القيم الاجتماعية العشائرية والقبلية التي تحكم مسارات العلاقات العامة في هذا الإطار المؤسسي الأول؛ وبنى اقتصادية ضعيفة قريبة من الزراعة وبعيدة عن معطيات التكنولوجيا، وكل هذه البنى الاجتماعية تشكل الإطار المؤسسي العام الذي يتحرك من خلاله الإنسان العربي.

ومما يعجّل بهذه الاحتمالات أن الانفجار المعرفي المتسارع الإيقاع الذي اتى للعالم بكتل هائلة من المعارف، والثورة التقنية المتجددة وما أحدثته من وسائل وعلاقات جديدة وطرقاً في العمل غير مسبوقة لم تعرفها البشرية من قبل، وما فرضته ثورة الإتصالات من نماذج متعددة من الأفكار والثقافات، وكلها أدت إلى أشكال مختلفة من التغيرات في الحياة الفكرية ومظاهر العادات والقيم الاجتماعية والتي تتمثل في صراع الأجيال وتزاوج الأفكار والثقافات وفي عمليات الغزو والتابع الثقافي.

وبالتأكيد فأن الشباب العربي يعيش في مأزق ما يسمى بالتغيير، وقد لخصه أحد الباحثين العرب بمجموعة من الظواهر السلبية التي تتعلق بالمحيط الاجتماعي، وبمناخ الواقع الذي تسوده جملة من القيم الرديئة والتناقض الثقافي والفوضى الاقتصادية والفقر والفساد الإداري ومظاهر الاستغلال والتسلط والانحراف بكل صوره وأشكاله وأنواعه، مما يجعلهم يستمدون من هذا المناخ وسلوكه نمط تفكيرهم وأسلوب حياتهم اليومية بحيث يصبح التقليد والمحاكاة لمظاهر الحياة الغربية نمطاً اجتماعياً سائداً في حياتهم اليومية، وسلوكاً متحضراً في

عملية التثقيف، إذ يبدو معقولاً أن نقول: ان الشباب يعانون من إرهاب اقتصادي، متمثل في الأزمة الاقتصادية، وإرهاب اجتماعي متمثل في الظلم الاجتماعي، وإرهاب عدلي متمثل في ضياع الحقوق وعدم تكافؤ الفرص، وهناك التناقض الصارخ في مكونات وقواعد الدليل الثقافي عبر تربية الأسرة وتوجيهها، وتربية المدرسة وتوجيهها، وتربية وسائل الإعلام وتوجيهها، مما يخلق آثاراً بالغة التناقض على يقين الشباب والتزامه الأخلاقي، وبالتالي هروبه (إلى اليقين الأكبر)، ربما ليس عن اقتناع كامل بل كرد فعل وملاذ ملجأ للتخلص من القلق والتوتر والمعاناة،إضافة إلى التراجع الواسع للقيم التي ربيت عليها الأجيال السابقة وربيت على احترامها بل تقديسها لتحل محلها قيم جديدة روجت لها على نطاق واسع وسائل الإعلام في وقت تكون فيه الضغوط الاجتماعية والاقتصادية لا تطاق، وكذلك تراجع الانتماء وازدياد اليأس والإحباط، ثم هناك ظاهرة انعدام القدوة في الكلمة والتصرف والسلوك واهتزاز القيم حيث القدوة انعدمت في العلم والمعلم، وفي الإعلام والتربية، وفي أولي الأمر في سوادهم الأعظم، وبذلك انهارت الثقة. فالشباب إذ ينظر حوله تبدو له صورة كئيبة من خلال البطالة، والتمزق، والفقر، وسيطرة الأقوى على الأضعف، والأغنى على الأفقر، وانعدام أو غياب العدل، فتمتلىء الصدور بالحقد والغضب والرغبة في تدمير كل ما هو قائم، وعند هذه النقطة تكون النفوس جاهزة لمسلسل الغضب والإرهاب والانحراف.

وطبيعيا أن يتعرض الشاب في المجتمع العربي إلى ضغوطات وتحديات بفعل الثقافة القديمة وتصادمها بالثقافة الجديدة التي أفرزها التغيير الحاكي، وما يفرزه هذا الصراع من هوة ثقافية بين الجديد والقديم، وتناقضات تتفاوت في أبعادها على البناء الاجتماعي، وهناك التغيرات السريعة التي تحدث للمجتمع العربي في كثير من جوانبه، وما يحدثه من تأثيرات على الشباب ، وعدم استيعابهم للجديد والتوافق معه مما يجعلهم في كثير من الأحيان كالغرباء في بيئتهم ومحيطهم الثقافي، وتتعارض مع قدرتهم المحدودة على القيام بعمليات التوافق بشكل جيد، مما يؤدي إلى خلق الكثير من المشكلات الاجتماعية التي تتجسد بعدم الراحة والاضطراب والقلق والاندفاع نحو العنف أو ممارسته، وهي أعراض طارئة تمثل صنوفا من أمراض التغيير، كما أن هناك أعراضاً أخرى تشمل المضايقات التي تحدث بسبب البيئة الاجتماعية والمادية والمشحونة بمظاهر الخوف، وما ينتج عنها من انسحاب أو هروب

نفسي يتمثل في العزلة والانطواء ومظاهر النكوص أو التوقف عن العمل أو الإصابة بالاكتئاب.

وتحديدا يمكن اختصار الأفكار بالمحاور التالية:

أولاً: محور تكنولوجيا المعلومات والإعلام

1. العالم يتجه الى دمج الشبكات والخدمات بفضل الترقيم، وهي ديناميّة تطور عالم الأتصالات البعدّية، مثلما يتجه العالم إلى ابتكار التقنيات الجديدة، جهاز تسجيل الصور والصوت على شريط ممغنط، وأدوات قراءة الأقراص (الديسكات) البصرية، والفديو البيتي، وترئية الصور، أو الميكرو- إعلاميّة المتصلة، وغيرها من المبتكرات، وهذه كلها تتطلب أنظمة تصنيع وتوزيع، باهضة ومكلفة، مما يقود إلى هيمنة الشركات العالمية الكبرى التي تسيطر على البرامج أو التجهيزات، وأحياناً على الاثنين معاً بطريقة كاملة.
2. سيتكوّن نظاماً عالمياً، (متعدّد الجنسية) للمعلومات مرتبط بوسائل الإعلام الجديدة والمتعددة على الشبكة، والتي هي أكثر أو اقل تشعباً وكثافة، حيث تتدفق رسائل متنوعة مترجمة كلها إلى اللغة العالمية للترقيم العددي، وستكون تشعبات هذه الشبكة عامل مساعد للخدمات المحددة لتخطي الحدود، وإقامة نظام (متعددّ الجنسية) للمعلومات، كما إن تطوير ظاهرة المزج بين أجهزة الحاسوب والهاتف والتلفزيون، ومزج الصورة المتحركة والصوت والنصوص والبيانات، مما تمكنها الدخول إلى البيوت والمؤسسات والمنتديات عن طريق مجموعة متنوعة من الشبكات التفاعلية والوسائط المتعددة.
3. استطاع الواقع الافتراضي لأول مرة في تاريخ البشرية من كسر حاجزي الزمان المكان، حيث إن زمن الواقع الافتراضي (الزمن الرقمي) هو زمن متحرك يسعى للوصول إلى الثبات، إلى الواحد المطلق، وفي الزمن الرقمي هناك بعدان أو ركنان فقط هما السرعة والزمن، ويغيب بل يتفي عامل المسافة، حيث المسافة نهاية تقترب من الصفر وحيث السرعة تساوي الزمن وحيث الزمن يساوي واحد، وحيث الرقمان الوحيدان الموجدين هما الصفر والواحد، وفي هذا المجتمع يعيش ويتفاعل أفراده مع بعضهم البعض في الواقع الافتراضي، وفي هذا المجتمع هناك اقتصاد جديد هو الاقتصاد

الرقمي، وهناك سياسة جديدة هي السياسة الرقمية، وحروب من نوع آخر أشد وأقسى هي الحروب الرقمية، وهناك ثقافة أخرى، وعلاقات إنسانية وعاطفية متشابكة ومختلفة كل الاختلاف عما يجري في العالم الواقعي.

4. إن التحدي الذي يواجه العالم اليوم هو أن منافع ثورة تكنولوجيا المعلومات ليست موزعة توزيعاً متساوياً بين البلدان المتقدمة والبلدان النامية أو في داخل المجتمعات، فهناك الفجوة الرقمية التي تؤدي إلى المزيد من التهميش، وخاصة منهم الذين يعيشون في المناطق النائية والريفية وفي المناطق الحضرية الهمشة، وهذا يتطلب توفير عوامل أساسية أبرزها: بناء مجتمع معلومات، وأشكالاً جديدة من التضامن والشراكة والتعاون بين الحكومات وأصحاب المصلحة الآخرين، وتضامناً رقمياً على الصعيدين الوطني والدولي على السواء، وضمان استفادة الجميع من الفرص التي تتيحها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من خلال سبل النفاذ إلى البنية التحتية للمعلومات والاتصالات وإلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وإلى المعلومات والمعارف، وبناء القدرات للدول، وزيادة الثقة والأمن في استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وإنشاء بيئة تمكينية على جميع المستويات، وتطوير وتوسيع تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وتشجيع التنوع الثقافي واحترامه، والاعتراف بدور وسائط الإعلام كوسيلة اجتماعية وثقافية ومعلوماتية، ووضع سياسات توفر مناخاً مؤاتياً من الاستقرار، وتعزيز إطار الطمأنينة الذي يشمل أمن المعلومات وأمن الشبكات والتصديق، وصون الخصوصية وحماية المستهلك، وبناء الثقة بين مستعملي تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وتعميق سيادة القانون، واقترانه بوجود سياسة داعمة شفافة تشجع المنافسة وتكون محايدة تكنولوجياً ويمكن التنبؤ بها، وحماية الملكية الفكرية من أجل تشجيع الابتكار والإبداع في مجتمع المعلومات؛ ونشر المعرفة وبثها وتقاسمها على نطاق واسع عنصر هام لتشجيع الابتكار والإبداع، وخلق مجتمع جامع ومتصف قوامه الإنسان يتاح فيه لكل فرد حرية إنشاء المعلومات والمعرفة والنفاذ إليها.

5. منذ الثمانينات، فقد دخلت البشرية مرحلة جديدة، أبرز ملامحها السيل المتدفق من المعلومات العصيّة عن الإدراك لحجمها وتنوعها وكثافة بثها، وارتبطت المعلومات Information بمختلف جوانب حياتنا، ومثلت ركيزة نشاط الإنسان الاقتصادي والاجتماعي والثقافي والسياسي، وتُحسب ثورة المعلومات والاتصالات من أهم ملامح العصر الراهن، ومن أبرز سمات هذه الثورة أنها عابرة لحدود الدول، حيث

يصعب على أية دولة حاليا أن تمنع التدفق الإعلامي والمعلوماتي الآتي إليها من خارج حدودها من خلال شبكة الإنترنت، والأقمار الصناعية، والقنوات الفضائية وغيرها، ومن هذا المنطلق، تُعد ثورة المعلومات والاتصالات من أهم تجليات ظاهرة العولمة التي تنامت بشكل كبير خلال العقدين الأخيرين، وينبغي فهم التكنولوجيا من خلال الأفكار التالية:

- أن التكنولوجيا تضم التقنية وتتعداها، بمعنى أن التكنولوجيا هي معارف ومضامين وثقافة ونظم قيم تتحول تطبيقيا إلى تقنية... أي إلى أدوات وأجهزة وأعتدة ووسائل عمل، وكل تقنية إذن هي في عدداتها ومرجعيتها وخلفيتها نتاج ثقافة وحضارة ونظام قيم وإذا انسلخت عن هذا أصبحت مجرد أدوات لا مكان لها ولا زمان.
- تكمن في أن كل تكنولوجيا الإعلام والاتصال أو لنقل معظمها منتظم على شكل شبكي، والشكل الشبكي يحكمه منطق التنظيم والنسق وصحوبة التجزيء وهو ما يجعل من هذه التكنولوجيا متراصة المكونات، متكاملة العناصر... ويمكن التأكد من ذلك من خلال استحضار نماذج الاتصالهذه التكنولوجيا ستصبح في القرن المقبل مقياس تقدم الأمم وبارومترا حقيقيا على مدى قابلية ثقافتها على مسايرة العصر ومسايرة تكنولوجيا العصر... ليس التلميح هنا إلى (الأمم البطيئة والأمم السريعة) ولكن أيضا إلى ما بدأ يتكرس (كأمم فقيرة معلوماتيا وأمما غنية)... الخ.
- تعدو البنية التحتية لتقانة المعلومات والاتصالات لبلد ما العامل الأهم في تحديد قدرته على الانتقال إلى الاقتصاد العالمي المبني على المعرفة وتشكل كثافة الخطوط الهاتفية – الثابتة والنقالة انتشار الحواسيب الشخصية ومدى استخدام الإنترنيت من المؤشرات الأساسية لهذه البنية التحتية، وتقنيات المعلومات والاتصال لا تعمل منفردة بل تعمل معاً، لذلك فنموها يؤدي إلى نمو في القطاعات الأخرى من الاقتصاد.

6. تحتكم الفجوة الرقمية كواقع حال قائم، إلى مؤشرين أساسيين اثنين هما:

المؤشر الاول، ويتمثل في التردي العام الذي يطبع شبكات الاتصالات الهاتفية والتي هي المدخل الأساسي لمجتمع الإعلام والاتصال، فعلى الرغم من أن بعض الدول العربية قد قطع شوطاً لا بأس به في تطوير بنيته التحتية في هذا المجال، ولكن تظل السمة العامة محصورة

في المؤشرات الأدنى على المستوى العالمي، فلدينا هاتف واحد لكل عشرة من المواطنين العرب في حين أن هناك خطاً واحد لكل 1.7 من المواطنين في الدول المتقدمة...

المؤشر الثاني، فيكمن في مرآب الحواسيب ومستوى الارتباط بشبكة الانترنت في المنطقة العربية عموماً وداخل كل دولة عربية على حدة، والثابت كما يقول تقرير التنمية الإنسانية العربية، إن نسبة الحواسيب لكل 1000 نسمة لا يتعدى 18 حاسوباً قياساً إلى المتوسط العالمي الذي يناهز 80 حاسوباً لكل ألف شخص.

وهناك إذاً في المحصلة النهائية فجوة رقمية كبرى بين الدول الصناعية وبين الدول العربية فيما يخص واقع حال الشبكة الهاتفية، كما واقع حال مرآب الحواسيب، كما في مستويات الارتباط بشبكة الإنترنت، وبالتالي فنحن في داخل الدولة العربية الواحدة إزاء ليس فجوة تقنية في ما بين الفضاءات والمجالات الجغرافية فقط... ولا إزاء فجوة في التجهيز (للمقاولات وللأفراد) فقط، بل وبالاساس إزاء هوة بنيوية كبرى تنهل في متبعها من فجوات اقتصادية واجتماعية وثقافية استتب أمرها لدرجة يستعصي معها التحليل.

7. غيّرت تقانات المعلومات والاتصالات في الاقتصادات وفي المجتمعات العربية، وأدخلتها قسراً وسريعاً في عولمة اقتصادية وفكرية، بيد أن هذه التغيرات ومع كمّها الكبير، لم تأت بعد إلى العمق، لتحقيق قفزة نوعية على مستوى العمل الاقتصادي وعلى مستوى الممارسات الفكرية والمجتمعية، إنّ لجمود الحكومات العربية مسؤولية كبيرة في ذلك، إذ أن معظم هذه الحكومات لا تعمل على استباق التطورات المتسارعة لتقانات المعلومات والاتصالات ولا تخطط فعلياً لمجاراتها، كما وتتحمل الشركات الخاصة العاملة في مجال هذه التقانات المسؤولية الأساس لبحثها عن الربحية أكثر من الاستدامة، ولكن اقتصاد ومجتمع المعرفة لم يعطيا بعد كل ما لديهما، والمستقبل ما زال مليء بالمفاجآت على المستويين الاقتصادي والاجتماعي على السواء.
8. ارتبط تعاظم الدور المحوري للأنترنت بتقديم مقاربات جديدة تجاوزت مفاهيم الاعلام والاتصال، فالشبكة الدولية رفعت من درجة التشبيك (Networking) بين المجتمعات، وعززت من مفاهيم وركائز الدمقرطة (Démocratisation)، بفعل مساهمتها القوية والرادعة في القضاء على معوقات التنمية السياسية (Political Development) ، لقد حلقت فوق المفاهيم التقليدية لأمن الدولة، وتجاوزت

أزمات التنمية كالتغلغل والتوزيع والهوية والشرعية، لتشكل مفهوما جديدا لمفهوم (الموطن العالمي الافتراضي)، و(الرأي العام الإلكتروني)، و(الديمقراطية الإلكترونية)، وذلك بفعل تزايد مصادر المعلومات المفتوحة وتزايدها، وتوالدها وتعاملها بمنطق الذكاء الجماعي (Aggregate Inteligence) لكل محاولات القرصنة والتدمير، وثمة زاويتين متباينتين في النظر لحجم الثورة الإلكترونية:

أ. **الزاوية المتفائلة:** التي تنظر إلى الأنترنت كسلطة جبرية قاهرة عززت دمقرطة الإعلام، وإستحدثت مفاهيم ترتبط بالأمن المعلوماتي، بين من يملك المعلومات وأدوات صيانتها وصوغها وحمايتها، ومن يقتات على هامش المعلومة.

ب. **الزاوية المتشائمة:** فهي تلك النزعة الحقوقية القانونية حول حدود الإعلام ومراتب الحرية، وجنح الإعلام وجرائم الإتصال والانتخابات الإلكترونية، حتى أن المصادر المفتوحة بدت في نظر الكثير من الحقوقيين مصادر إعلامية بلا روح ميثاقية أخلاقية، ونقطة إرتكاز تفيد المتتبع للشأن الإعلامي، وتعطي دفقة حيوية لصانع القرار السياسي، لكنها تولد لديه أسئلة جوهرية قانونية، تنبؤ بميلاد علوم جديدة كقانون الإنترنت، قانون الانتخابات الإلكتروني، والجرائم الالكترونية والارهاب الالكتروني.

9. ثمة كثير من الشواهد في العصر الحالي بأن البشرية تمكنت بشكل أو بآخر من القبض أخيراً على خناق أدوات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وبأنها تستخدمها في اتخاذ القرارات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والعلمية، على الرغم من وجود آراء أخرى معارضة لذلك تقول بأننا مازلنا في بداية عصر المعلومات، وبأن اكتشاف الحدود الذي يمكن أن يتقدم إليها البشر مازال مجهولا، أو كما يقول البعض أننا مازلنا في مهد عصر المعلومات.

ثانياً: محور المعلوماتية الرقمية

1. تعد المعرفة دعامة رئيسة من دعائم تقدم الأمم، والنهوض بها، فضلاً عن أنها مصدر من مصادر القوة في المجتمع، بل إنها هي المصدر الحقيقي للقوة، والباعث على الحراك الفكري والاجتماعي، ويطلق على العصر الحاضر (عصر المعرفة)، حيث أصبحت مورداً اقتصادياً مهماً، ومصدراً للدخل الوطني، ودعامة للتقدم في مختلف مجالات

الحياة، وإذا كان لكل عصر ثروته، فإن المعرفة هي ثروة هذا العصر، لقد أصبح مجتمع المعلومات يتحول تدريجياً نحو مجتمع المعرفة، كما تأصلت في الآونة الأخيرة العلاقة بين الاقتصاد والمعرفة، فلم يعد اعتماده مقتصراً على المعلومات وحدها، بل أصبح يعتمد بشكل أكثر على الخبرة والابتكار والعقلانية، أي أنه بعبارة أخرى يعتمد على المعرفة.

2. أن عصرنا يشهد انفجارمعلوماتي لا مثيل له في التاريخ، لأن الإعلام الإلكتروني يؤمن وسائل وأدوات إنتاج للمحتوى مجانية ومتوفرة وسهلة الاستخدام، حيث نرى أن الفيديو المنشور على يوتيوب يحتاج الى ما يقارب 1700 سنة من أجل مشاهدته ويتم تحميل 24 ساعة من الفيديو على الموقع كل دقيقة، ويقدر العلماء أن 800 مليون معلومة توجه لكل شخص سنوياً وأن معدل المعلومات الجديدة المؤكدة سنوياً في تزايد كبير جداً.

3. يمكن تكوين الثروة اليوم في السوق بواسطة المعلوماتية، أو عن طريق التفوق في حاصل الذكاء، وهذا ما حدث في تجارب عالمية كثيرة، وبشكل عام أصبح الذكاء، وهو قاسم مشترك وملك مشاع بين الشعوب، المقياس الجديد لتقدم الأمم بعد أن كان المعيار هو مدى ما تملكه الأمم من ثروة المال أو ما تحتويه التربة من مادة أولية متفاوتة بين الشعوب غنى وفقراً، وبحسب المقاييس الجديدة لارتقاء الأمم، فإن الإنسانية تقف على عتبة سباق واحدة لتقفز الشعوب التي تهيئ كما ينبغي لمستلزمات الثورة الرقمية وتحسن استغلال ما يمكن أن توفره تكنولوجيا المعلومات والاتصال من منافع وآليات تساعد على حيازة مقعد ضمن مقاعد الأمم المتقدمة.

ولنذكر التجربة الهندية على سبيل المثال لا الحصر: إن الهند وهي المصنفة ضمن قائمة الدول الفقيرة النامية إذ يعيش 30% من مواطنيها بأقل من دولار واحد في اليوم، دولة غنية بذكاء أبنائها، فاستقطابها لصناعة تقنية المعلومات مكنها من أن تصبح، في سنة 2003، المصدّر الرئيسي للبرمجيات إلى معظم بلدان العالم وخاصة الدول المتقدمة منها، لقد استوعب هذا التصدير حوالي 62% إلى الولايات المتحدة الأمريكية و30% إلى أوروبا، وتشير التوقعات الاقتصادية إلى أن قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال الذي يشهد سنويا نسبة نمو تفوق 40%، سوف يكون مصدر نمو ناتجها المحلي الإجمالي بنسبة تتراوح بين 7 و8 بالمائة، وحينها ستتخطى قيمة صادراتها في هذا المجال قيمة 60 مليار دولار سنويا، وهو مبلغ يزيد عن ميزانية عدة دول مجتمعة كما لا يجب أن ننسى أن 38% من العاملين في شركات وادي

السليكون (Silicon Valley) بالولايات المتحدة الأمريكية هم من الهنود أو من أصل هندي، وأن حوالي ثلث كفاءات العالم المتخصصة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال هم كذلك من الهنود أو من أصل هندي.

كما نشاهد أيضاً أن الصين لم تعد تلك الدولة المعروفة بالصين فقط، بل أصبح لدينا الآن أكثر من صين، ونعني بذلك أقاليم الصين وعلى وجه التحديد داليان (Dalian) وشانتو(shantou) ومناطق شنغهاي، وهناك حوالي (30) منطقة في الصين تشبه سنغافورة.

4. يجب أن تؤسس للمستقبل قاعدة معلومات يستند على المعرفة العلمية المتقدمة والاستخدام الأمثل للمعلومات المتدفقة بمعدلات سريعة، لأن إنتاج المعلومات، هي القوة الرئيسية للعصر، والأداة الأهم للإنسان في التواصل والتخزين والمعالجة،وتحقيق المردود الأقتصادي والفكري، بمعنى أنّ المستقبل سيكون لصالح من ينتج المعلومة ويطورها، ويؤكد خبراء المستقبل بأن حجم المعرفة سيتضاعف كل سبع سنوات؛ أي أن حجم التراكم من هذه المعرفة خلال السنوات المقبلة ستكون مساوية أو تزيد على ما تراكم من معرفة إنسانية منذ بداية التاريخ البشري المسجل، وأن هذا الكم الهائل والمتنامي للمعرفة يحتاج إلى تنظيم سريع ومستمر لمن يريد أن يستخدمه وهذا محل التقدم، وإن العقل البشري هو محور هذه الثورة لأنه يمثل طاقة متجددة لاتنضب، وإن الثورة المعلوماتية الثالثة لن تكون حكراً على تلك المجتمعات الكبيرة المساحة أو الضخمة السكان أو الغنية بموادها الأولية، أو القوية بجيوشها التعليمية، إنما يمكن لجميع الشعوب أن تخوض غمارها سواء أكانت كبيرة أم صغيرة شرقية أم غربية.

5. لا ندري على وجه الدقة كيف ستنتهي هذه الثورة المعلوماتية، كما كان العالم القديم يجهل ما كان يعنيه اكتشاف الطاقة النووية، وكانت الآراء ان العالم اكتشف وسيلة لتوليد الطاقة وتحريك المعامل لما فيه خير البشرية ليكتشف لاحقا أنه فتح باب الحروب التدميرية الهائلة لتدمير العالم واشاعة الخوف والقلق وأرهاب العباد والدول ضمن الحروب النفسية، مثلما لانستطيع اليوم ان نقرر بالتحديد مستقبل البشرية في هذا الكم الهائل والمفزع للمعلومات التي تتدفق في قنوات الإعلام الجديد، والفوضى للافكار والمعلومات التي تزيد من القلق والاحباط واليأس للبشرية.

ان جهل الانسان بكيفية التعامل مع المعلومة وأستثماره لها، وإفتقاده للمرجعيات التعليمية والمعرفية التي تؤهله لاستيعاب المعلومة وتقرير اهميتها ومصدرها يعدأحد اشكاليات الحاضر والمستقبل، وهي إشكاليات ستتضخم وتنمو مادامت تكنولوجيا الإعلام تتطور بسرعة هائلة كل يوم.

6. بالنسبة للدول النامية، فالدخول إلى مجتمع المعلومات يتطلب، ضرورة نقل وتوطين التقنيات المعلوماتية، وبالتالي توفير بنى أساسية (تحتية وفوقية) من اجل الاستثمار لتنمية صناعة الاتصالات والمعلومات وتخطي الحاجز اللغوي في تقنيات المعلومات والاتصالات، مع إعداد خطة وطنية للمعلومات وتحديد أهدافها وحصر المؤسسات ذات العلاقة وتحديد المهام والواجبات والأدوار المؤدية لتحقيق الأهداف، وذلك في إطار وضع جدول زمني للالتزام بالتنفيذ والبدء في التنفيذ والتطبيق والمتابعة والتقويم والتعديل حسب المعطيات وتطورات عصر المعلومات، وكل ذلك يكون بإشراف ورعاية جهة رسمية بالدولة.

إن القضية ليست قضية تقنية فقط، أو امتلاك أجهزة حواسيب بنسب مرتفعة قياساً لعدد السكان، أو حتى استخدام هذه الحواسيب على نطاق واسع، وإنما هي في القدرة على إنتاج المعلومات والقدرة على تخزينها في مراكز معلومات وأبحاث وإدارتها، فضلاً عن وجود قوانين تسمح بحرية الاتصال والتواصل، والحصول على المعلومات وتداولها، ومحو الأمية المعلوماتية، وإيجاد الظروف الاقتصادية المواتية، إضافة لشروط أخرى عديدة تتعلق بمرحلة التطور الاقتصادي والاجتماعي والسياسي والفكري في أي بلد من البلدان.

7. ان التصور الذي يحمله الساسة وأصحاب القرار في الوطن العربي عن مجتمع المعلومات، تصور يمكن وضعه في خانة الخطاب الموجه للاستهلاك الخارجي، ولا يخرج عن إطار التسويق السياسي، ومن هنا المنطلق عمدت مختلف الحكومات العربية الى إنشاء وزارات للتكنولوجيات الجديدة أو تغيير التسميات القديمة، وغير خفي على احد، ان هذا الخطاب السياسي يضمر عداء لفكرة مجتمع المعلومات ويتجلى ذلك في التردد والتخوف من الانعكاسات المحتملة للثورة المعلوماتية على المجتمعات العربية بما فيها مسألة دمقرطة الحياة السياسية والمشاركة والمساءلة وحرية الإعلام، كما ان الواقع السياسي في الوطن العربي ما زال بعيدا عن توفير اجواء الانخراط التام في مجتمع

المعلومات، وهو في أمس الحاجة الى التحديث، ومن المحقق ان (الحكومة الإلكترونية)، تظل رمزاً للتعامل الوظيفي والفعال مع المواطن، بما يحقق الاستجابة السريعة لانتظاراته في اطار اتصال اجتماعي حكومي واضح المعالم، وكالية لقياس فعالية الحكومة والإدارة العمومية من حيث كونهما جهازا في خدمة المواطن لا العكس، ولا شك ان تطوير شكل ومضمون الحكومة الإلكترونية بعد رديفا للتحديث السياسي المنشودة.

8. إن الإفراط في حجم المعلومات المتاحة يمثل مشكلة ليس بسبب كميتها الزائدة عن الحدوإنما لكونها بلا مضمون، وربما لا ينتبه الكثيرون لمثل ما توصل إليه جون براون مدير لأحد مراكز المعلومات، إذ وضح أن التطور التاريخي لمصدر المعلومات في الماضي كانت الصحف اليومية وصفحات الكتب والإذاعات هي مصدر المعلومات الرئيسي، وكانت المعلومات موثوق فيها، أما الآن فالثقة في المعلومات قلت مع خلوها من المضمون، والصورة الحالية لمصادر المعلومات تبني ذهناً مشوشاً ويجب أن نحدد معنى التطور التقني لتكنولوجيا المعلومات، فليست كل صور التكنولوجيا تؤدي إلى التطور، فقد بات الاهتمام بالحصول على المعلومة بصورة سريعة وسهلة أمراً جعلنا نضيق أفقنا بحيث أصبح كل ما نهتم به هو إرسال واستقبال المعلومة فقط، وأن التركيز الآن في تكنولوجيا المعلومات ينصب على فعالية المعلومات وسرعتها وليس على أهميتها، وهناك الكثير من الأدوات الفعالة مثل الهواتف الجوالة وماكينات البحث على الإنترنت والنسخ الإلكترونية من الصحف تثير قلق المتلقي لأنه يحصل على معلومة لا يثق في أمنها وسلامتها.

9. يطرح تكنوجيا الإعلام والاتصال إشكالان كبيران:

الأول: كونها أصبحت جزء من الحياة اليومية للأفراد والجماعات، بالتالي فمقاربتها تستدعي أكثر من حقل معرفي: علم الاقتصاد دون شك، لكن أيضا علم الاجتماع والسياسة والفلسفة والسبرنطيقا وعلوم الإعلام والاتصال وعلم النفس وما إلى ذلك.

الثاني: أنها تستدعي في تحديد ماهيتها حسم الفارق الجوهري بين ما هو تقنية كأدوات وأجهزة وعتاد وبين التكنولوجيا كمعرفة، كمضامين، كمحتويات، كثقافة وكنظام قيم.

ومن هذين الإشكالين، يمكن الاستنتاج مايلي:

الفكرة الأولى: هو أن التكنولوجيا تضم التقنية وتتعداها، بمعنى أن التكنولوجيا هي معارف ومضامين وثقافة ونظم قيم تتحول تطبيقياً إلى تقنية... أي إلى أدوات وأجهزة وأعتدة ووسائل عمل، وكل تقنية إذن هي في محدداتها ومرجعيتها وخلفيتها نتاج ثقافة وحضارة ونظام قيم، وإذا انسلخت عن هذا أصبحت مجرد أدوات لا مكان لها ولا زمان، وهذا الأمر صحيح بالنسبة لكل أنواع التكنولوجيا... بالتالي فهو صحيح بالطبيعة بالنسبة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال بما هي مجموع الوسائل والأدوات التي تمكن من جمع المعلومات وترتيبها واستغلالها وبعثها من جهة لجهة أخرى.

الفكرة الثانية: تكمن في أن كل تكنولوجيا الإعلام والاتصال أو لنقل معظمها منظم على شكل شبكي، والشكل الشبكي يحكمه منطق التنظيم والنسق وصعوبة التجزيء، وهو ما يجعل من هذه التكنولوجيا متراصة المكونات، متكاملة العناصر، ويمكن التأكد من ذلك من خلال استحضار نماذج الاتصالات والسمعي- البصري وكذلك المعلوميات.

الفكرة الثالثة: هو أن الطبيعة التكاملية والنسقية لهذه التكنولوجيا فرضت نوعا من التنظيم سمي نظريا بـ (الاحتكار الطبيعي) والذي معناه أن الطبيعة الاحتكارية للقطاعات التكنولوجية الإعلامية والاتصالية تفرض تكفل فاعل واحد بأمر تملكها وتسييرها، الإعدادات تنظيمية دون شك، لكنها أيضا سياسية واقتصادية وأمنية وجيوستراتيجية.

الفكرة الرابعة: هو أن البعد السياسي والجيوستراتيجي يأتي بالأساس من عند أن من يتحكم في المعلومة هو بالضرورة من يتحكم في الباقي... هو الأقوى نهاية المطاف سواء كان الظرف ظرف حرب أم كان ظرف سلام.

الفكرة الخامسة: البعد الاقتصادي لتكنولوجيا الإعلام والاتصال لا يأتي فقط من كونها تساهم بقوة في مسار التنمية الاقتصادية والاجتماعية ولكن أيضا وبالأساس في سياسات إعداد التراب الوطني وإزاحة التهميش عن المناطق النائية وما إلى ذلك.

الفكرة السادسة: هذه التكنولوجيا ستصبح في القرن المقبل مقياس تقدم الأمم وبارومترا حقيقياً على مدى قابلية ثقافتها على مسايرة العصر ومسايرة تكنولوجيا العصر...

ليس التلميح هنا إلى (الأمم البطيئة والأمم السريعة) ولكن أيضا إلى ما بـدأ يتكـرس (كـأمم فقيرة معلوماتياً وأمماً غنية)... الخ.

الفكرة السابعة: نقل التكنولوجيا، قد يجوز كتقنيات لكنه مـن المسـتحيل كمعـارف ومضامين وثقافة وكنظام قيم، لأن الأمم والثقافات نفسها لـن تقبـل هـذه (التكنولوجيـا)إذا كانت تعبر عن نظام قيم لا تصلح لمجتمعاتها.

10. التقنيات الحديثة، وباللذات تكنولوجيا المعلومات، ستساعد علـى إمكانيـة الـتحكم في التدفق الهائل للمعلومات من خلال التقنيات الحديثة، لأن العالم يتحول إلى شبكة هائلة تشبه الجهاز العصبي في جسم الإنسان الذي ترتبط كل أجزائـه ببعضـها بعضـاً ارتباطـاً وثيقاً، ومن المحتمل استثمار هذه التقنيات تشن حروب التضـليل الإعلامـي مـن خـلال تسريب الشائعات والمعلومات غير الدقيقة، كما حدث في حرب الخليج الثانية وحـرب احتلال العراق، وقـد تـؤدي أحيانـاً إلى التفكـك والانعـزال، وأحيانـاً تحقـق التقـارب والتفاعل والتواصل، لأن هذه التقنيات هي عبارة عن تغير اجتماعي واعٍ، ومن المحتمل نشوء مجتمع مدني جديد متعدّد الجنسيات.

ثالثاً: محور الإعلام الجديد

1. إن الإعلام الجديد أصبح وسيلة مهمة وفاعلة في عملية التغيير المنشودة، فبعـد أن كـان الإعلام يهطل عاموديا من السـلطة باتجاه الشعب، أضـحى الآن، إعلامـا أفقيـا يشـارك الناس في صياغته، بعيدا عن تلك الهرمية الرأسية التوليتاريـة، وصـار للموبايـل وظيفـة أخرى غير المحادثة والتناجي وبعث وتلقي عشرات الرسائل التي تتعدى فكرة الدردشـة إلى الثرثرة، وإنما صار موثقا لمغالاة السـلطات في قمـع ناشـط، أو فـض مظـاهرة، أو التعدي على حق الإنسان في الراي والتعبير.
2. يشهد العصر الحاضر موجات متعاقبة من التغـيرات السـريعة في العديـد مـن منـاحي الحياة، وحصل الشيء ذاته في الإعلام، فخلال العقود الثلاثة الأخيرة شـهدنا سلسـلة مستجدات ومتغيرات في أنماط ورسائل الاتصال الجماهيري، سـواء الإعـلام الرسمـي أو الخاص، شملت اللغة والمحتوى وبالتالي أثرت على القدرة على الاحتـواء والتوجيـه بما في ذلك قوانين المطبوعات والنشر، كما أثـرت علـى مـدى وسـرعة إنتشـار وسـائل

الإعلام ووسائلها، وقبل ثلاثة عقود، كان الإعلام العربي موجهاً أحاديا تحكمه قوانين المطبوعات والنشر التي ترى في الإعلام جزءاً من المنظومة الأمنية، إذ كان يتم حماية مباني الإذاعة والتلفزيون بقوات عسكرية منعاً للانقلابات التي غالبا كانت تبدأ من الإذاعة، أمّا في 2011 فقد شهدنا كيف أن التغييرات بدأت في بعض عواصم الربيع العربي بميادين التحرير ومهّدت لها أجهزة الهاتف المحمول الذكية و(اللابتوبات).

3. إن المنافسة بين وسائل الإعلام التقليدية ووسائل الإعلام الجديدة تميل لمصلحة وسائل الإعلام الاجتماعية والمواطنين الصحافيين، ولم يعد بإمكان وسائل الإعلام التقليدية تجاهل المواطنين الصحافيين، ولامقاطع فيديو (الهواة) على يوتيوب، أو أي معلومات أخرى تتدفق عبر وسائل الإعلام الاجتماعية، بل إن معظم الصحافيين التقليديين المحترفين يستخدمون وسائل الإعلام الاجتماعية للتواصل مع جمهورهم بطرق جديدة، ومع ذلك لايمكن تجاهل نجاح الإعلام التقليدي بشكل واضح في توظيف وسائل الاتصال الجديدة في خدمة مؤسساته، لذلك فإن شكل الإعلام الجديد مستقبلاً سيتغير جذرياً مع قدرة مستخدميه على قلب الموازنة والتعدي على قامات الإعلام التقليدي الذي ما زال يمتلك القدوة والشهرة والخبرة،كما يظل الإعلام الجديد اليوم متأثراً بشكل كبير من قبل رجالات الإعلام التقليدي، إن جل المستخدمين المؤثرين في (تويتر) هم كتاب الصحف التقليدية والعاملون في القنوات الإخبارية، مع بعض الاستثناءات ويتحرك الرأي العام في تويتر بناءً على ما يكتبه المستخدمون أصحاب الاعمدة في الصحف ومقدمو البرامج الحوارية، وما زالوا هم المتربعين على عرش الإعلام الجديد.

4. هناك أكثر من إتجاه، واكثر من رؤية، تلتقي وتتباعد، فيما يخص العلاقة بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد ومقاربات التعايش والإختلاف، فأنصار الإعلام الجديد يرى:

أ. ان الاعلام غير ادواته ولن يعود لما كان عليه في السابق خاصة وان الشارع العربي كان يتعامل مع اعلام رسمي، ولكن في الربيع العربي فإن الجماهير قالت كلمتها.

ب. ليس من السهل العودة للوراء، لكننا سنشهد موجة من التطرف الإعلامي والرهان الاكبر والاساسي هو على الإعلام البديل الذي من الممكن ان تطلق عليه انه اعلام الفقراء والاعلام المتحرر الذي جلب له الملايين والذي يعبر المواطن من

خلاله دون المرور بمقص الرقيب، وسيلعب دوراً حاسماً بعيداً عن سطوة سلطة المال، ولكن يبقى السؤال عن الاجندات السياسية التي قد تلعب وتسيطر على هذا الإعلام.

5. ان الثورات العربية سيكون لها الدور الحاسم في تحرير الإعلام العربي من القيود التي عانى منها منذ عقود طويلة، لكن الثورات سيزداد تأثيرها تدريجيا ولكن حرية الإعلام لا تتحقق بإزالة القيود المفروضة عليها، فالثورات قد تحرر الاعلام ولكنها لا تضمن إعلام حر حقيقي.

ان الثورات قد فتحت الباب لازالة القيود، وممارسة الحرية السياسية تحتاج لمقومات، فكذلك الحال بالنسبة للإعلام.

6. أصبحت وسائل الإعلام الاجتماعية وسيلة قوية للدفاع عن حرية الصحافة، وعن الحريات عامة، مثلما أصبحت تمثل السلطة الخامسة حيث عجزت وسائل الإعلام التقليدية عن لعب دورها.

والبعض الآخر يرى أن الإعلام التقليدي لا يمكن الغاء دوره لأنه مازال يعيش في بيئة تقليدية مرتبطة بقوة الماضي، وبسيطرة الحكومات، وباختصار يمكن اختصار الأفكار:

- نجح الإعلام التقليدي بشكل واضح في توظيف وسائل الاتصال الجديدة في خدمة مؤسساته، لذلك فإن شكل الإعلام الجديد مستقبلاً سيتغير جذرياً مع قدرة مستخدميه على قلب الموازنة والتعدي على ثامات الإعلام التقليدي، الذي ما زال يمتلك القدرة والشهرة والخبرة.
- هناك مبالغة كبيرة في دور الإعلام الجديد في التأثير على العملية السياسية في العالم العربي.
- لا يزال دور الحكومات العربية في الإعلام الجديد غامضا، قد يؤدي الوجود الحكومي في مواقع التواصل الاجتماعي الى تغيير شكل المداولات السياسية، ففي المستقبل القريب، اذا كان هناك توظيف مثالي لوسائل الإعلام الجديد من قبل الحكومات العربية فسيكون هناك وجه آخر مختلف تماماً للإعلام الجديد عما نعيشه اليوم.

7. تأسيس المجتمع المدني في العالم العربي سيجر الانتباه من الإعلام الجديد الى الشارع السياسي الحقيقي، واليوم نرى تخبطاً كبيراً وانسياباً ملحوظاً وارتجالاً في الطرح في مواقع التواصل الاجتماعي، وفي حال انخراط الناشطين في مؤسسات المجتمع المدني، فإن الطرح السياسي على تويتر وغيره سيصل الى مرحلة أكبر من النضج الفكري، وسيؤسس المجتمع المدني إلى خطاب سياسي جديد وسيكون له بطبيعة الحال أثر في المداولات القائمة اليوم على مواقع التواصل الاجتماعي.
8. أدى تطور الصور الرقمية إلى تحولات جذرية في ثقافة الصورة، من بينها أن الصور أصبحت تحيط بالبشر في كل مكان، وخاصة عبر وسائل الإعلام، وهو ما يثير عدة تساؤلات عن مدى تأثير التشبع بالصور على فهم الأحداث، وعلى درجة استجابة الجمهور للأحداث، فمن المؤكد أن التراكم الناتج عن الاستخدام المكثف للصور سوف يترك تأثيراته على الذاكرة الثقافية المتعلقة بالأحداث التي يتم تناولها الصور، وعلى قبول البشر بما يرونه.

وبدون شك فأن سمات عصرنا الراهن أنه (عصر الصورة)، مما يعني هيمنة الصورة وسيادتها لتكون إحدى اهم أدوات عالمنا المعرفية والثقافية والاقتصادية والإعلامية، والصورة ليست أمراً مستجداً في التاريخ الإنساني، وإنما تحولت من الهامش إلى المركز، ومن الحضور الجزئي إلى موقع الهيمنة والسيادة على غيرها من العناصر والأدوات الثقافية والإعلامية.

9. هناك اختلافات في تقويم وسائل الإعلام الحديثة من قبل المفكرين والباحثين، وهي اختلافات تبدو موضوعيّة،لأختلاف الرؤى والأيدلوجيات أهمها:

- الإعلام لا قيمة له، الاّ بالنسبة الى الذي يعرف كيف يستخدمه، ولا معنى له إلاّ بالنسبة إلى من يذيعه، وهو يمثل سلطة على الذي يفهمه، والذي يملك بعض الوسائل ليجني منه الربح.
- كمية الإعلام لا تحدّد عدد المشتركين، والإعلام لا يبشر بالديمقراطيّة، وما يحدّد جوهر الديمقراطية ليست كمية الأخبار الجديدة، والصحف، بل الصراع ضد التميز من جانب الذين يتكلمون، ومن جانب الذين يستمعون.

- إذكاء الصراعات القديمة، لاسيما، أنّ النزاعات التقليدية – كالاختلافات العقائدية وتعدّد الانتماءات العرقية– مازالت تعاود الظهور من آن لآخر بقوة.
- ان تكنولوجيا المعلومات والإعلام وحدها لاتضمن إرساء دعائم الديمقراطية إذا لم يكن المجتمع نفسه مستعداً لمثل هذه التوجه.
- تكنولوجيا المعلومات ليست جانب مادي فقط، وإنما هي نظام أفكار، ونظام للتحكم والسيطرة على المستوى الدولي والمحلي، ويمكن استثمارها من قبل الدول المتقدمة لدعم خططها وبرامجها العسكرية والإعلامية، وفي دعم الجوانب الإنسانية والثقافيّة والفكرية وتنمية المجتمعات.

10. إن دور الإعلام الجديد في الثورات العربية، كان أبرز عناصره مواقع التواصل الاجتماعي، والذي كان فعالاً وساهم في تحويل الغضب الباطني إلى غضب علني لكنه لم يصنع ثورة، مثلما لهدور أساسي في اعطاء صورة عن حجم التأييد لبعض الأفكار، وأتاح الفرصة لجمع الناس التي تشترك في هذه الأفكار، كما ساهم في إيصال رسالة الغضب ضد الحكام الى الداخل والى العالم الخارجي وتحولت وسائل التواصل الاجتماعي من أداة اجتماعية الى أداة لحشد الآراء ووسائل التحرك التي أسهمت في التغيير، كما أنها ساهمت في إنهاء ثقافة الرعب، لكن هذا لا يعني أنها خلقت الثورة، فالثورة أتت من الفقر ومساحة ضيقة للحرية فرضتها أنظمة ديكتاتورية، وهذه الثورات كانت ستندلع عاجلاً أم آجلاً بصورة او بأخرى.

وبدون شك فإن الصورة ليست وردية تمامًا، فهناك أخبار كاذبة وصور مفبركة وأشخاص يتحركون بأسماء وهمية، إضافة لما يشهده الإنترنت من عمليات تشهير وفضائح، لكن المنع والحظر ليس حلاً في التعامل مع تلك التقنيات؛ لأن الشباب سوف ينجح في الوصول لوسائل بديلة، ولذا فإن الخيار الأمثل هو الرقابة الاجتماعية والرقابة الذاتية وتربية الشباب على أن يكونوا مسئولين؛ لأن الإنسان عندما تعطيه قدراً من الثقة يشعر بالمسئولية ويتصرف بطريقة راقية، وإن كان ذلك لا يقلل من أهمية الوعظ والتذكير المستمر.

11. إن مخاض العام 2011 حيث سخونة الأحداث في المنطقة العربية جعلت من الإعلام بشكليه التقليدي أو الجديد محط نظر، بل هو التركيز عالي المستوى على ما تبثه هذه الوسائل من معلومات متلاحقة وفي تدفق لا نظير له تقريبا في سنوات سابقة، وكلنا

تابعنا مواقع التواصل الاجتماعي وهي من وسائل الإعلام الجديد كما تابعنا القنوات التلفزيونية وهي من الوسائل التقليدية، وكلنا تابعنا التحليلات السياسية المنشورة في الصحف كما شاهدنا اليوتيوب وهو يوثق الأحداث بلقطة حية. لكن ألم نكن كذلك جميعا ولا زلنا شهودا على ان الفضائيات وهي من التقليدي كما تصنف، استطاعت ان تستثمر الجديد وتتكأ عليه لنقل الصورة مباشرة من موقع الحدث، الم تتحول مواقع اليوتيوب وما زالت الى أداة فاعلة في يد البث التلفزيوني التقليدي بل تم تطويع بعضها منها لتوجيه الرأي العام في اتجاه ما تقتضيه المواقف السياسية والتحالفات الطارئة، الم تستعن الصحيفة المطبوعة بمواقع فيس بوك وتويتر من أجل نشر اكثر من مادة خبرية وتصريح هام ورأي موجه، الم تستفد هذه المطبوعة الورقية من وسيلة المواقع الإلكترونية لتقيم شبكات من التواصل مع القاصي والداني وتفعل علاقاتها وتؤدي رسالتها، الم تستفد حتى الإذاعات العربية والعالمية من كل هذا التدافع المعلوماتي والتكنولوجي لتهمس في الآذان بما تنتقيه بعناية فائقة او تلقيه على الأسماع بلا مبالاة.

12. تحولت مواقع الشبكات الاجتماعية إلى مصدر أساسي للمعلومات ولأشرطة الفيديو وشهادات الناس، فلجأ (المواطن الإعلامي) إلى تصوير الأحداث على جواله او كاميرته ومن ثم وضع أشرطة الفيديو على الشبكات الاجتماعية حتى باتت مؤسسات إعلامية كبرى مثل الـ(سي. أن. أن) والـ (بي. بي. سي. نيوز) و(الجزيرة) و(العربية) تأخذ قدراً كبيراً من المعلومات الموجودة على (الفيسبوك) و(التويتر) وعدداً من الأشرطة المحملة على (اليوتيوب)، وهنا نذكر على سبيل المثال طلب وسائل الإعلام من مستخدمي وسائل التواصل الأجتماعي أن يدلوا برأيهم في الأحداث العربية الأخيرة، كما بدأت مواقع الشبكات الاجتماعية تربط بين أطراف المجتمع وتنمو بسرعة، ولم يعد بوسع الحكومات الحالية والقادمة أن تتجاهل أهمية هذه الشبكات الاجتماعية، لذلك عليها أن تتدرّب على مواجهة هذا النوع من التحديات، لأن ما يجري ليس (غيمة عابرة، انها مجموعة من السحب السوداء، تجمعت وتراكمت وتفاقمت شحناتها الكهربائية والمغناطيسية)، لهذا تبدو الدول قلقة ومرتبكة لانها تواجه اليوم ما هو أخطر، ولذلك على الحكومات أن تبادر الى استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية، ولا تنتظر حتى تجد نفسها مضطرة لاستخدام هذه الوسائل للتواصل مع الشعب.

13. إن معالم تحول الفيسبوك إلى إعلام بديل تبدو واضحة ويكاد الأمر يكون محل إجماع الباحثين، لأنه بكل ماله وما عليه يبقى مؤهلا ليكون بديلا عن الاعلام التقليدي بكل ما له وما عليه أيضا، وقد يلغي بعض مساوئه مثل سيطرة الدول والحكومات عليه ولكنه قد يعوضها بأخرى مثل غياب المسؤولية وقلة موثوقية الخبر، ومن يتأمل شبكة (الفيسبوك) فسيفاجأ بهذا الكم من التواصلات، والتشبيكات بين البشر في العالم كله من شرقهوغربه، وتجد لدى كل شخص عشرات الأصدقاء من شتى أنحاء العالم؛ ولدى كل شخص صفحة خاصةبه يتصرف فيها كما يريد، ويستعرض فيها مواهبه، وإظهار ذاته كما يود، وله أن يفعل فيه ما يشاء يكتب على الحائط الخاص به ويدعو أصدقاءه للكتابة والتعليق.

وإذا كان الفيسبوك يحمل مضامين متنوعة، فأن المضمون الإعلامي يلعب دوراً بارزاً في الحياة المعاصرة، وتوجد عبارة جاهزة أكثر انطباقا على الفيسبوك في جانبه (الإعلامي) – إذا سلمنا جدلا بأنه يتوفر فعلا على هذا الجانب في أدنى تعريفاته ووظائفه أي نشر المعلومة وإيصالها إلى شريحة واسعة من المتلقين- لا توجد عبارة أفضل من (سلاح ذي حدين)، فكما أن (مالئ الدنيا وشاغل الناس الجديد) يستطيع أن يكون أداة مثلى للقفز على حواجز الإعلام الحكومي المتخشب، ومن بينه الإعلام العربي، فإنه يستطيع أن يكون مرتعا خصبا للإشاعة والمعلومة المضللة ومن ثم بث الوعي الموهوم، بل أكثر من ذلك لا شيء يمنع الحكومات، التي يُطرد إعلامها من الباب، أن تعود من شبّاك الفيس بوك لترويج لسياساتها بطرق شتى وغير مباشرة.

14. ساهمت الفضائيات في استكمال التعبئة الإنترنتية من خلال عرض الأحداث اليومية للحراك الشعبي، ونقل وقائعه والتذكير بمواعيد التظاهرات والتعريف بها والتأكيد على عزم المتظاهرين وبيان ما يثار من محاولات إحباط وإثارة البلبلة بين المتظاهرين والرد على ذلك، فكانت الفضائيات الرابط والواصل لجموع المتظاهرين والحرص على نقل آرائهم مباشرة من الميدان أو متابعة تحركاتهم عبر الإنترنت والمدونات الخاصة والفيديوهات التي يعرضونها، كما ساعدت الفضائيات في إكساب تعاطف بالغ للثوار والثورة من خلال عرض فعاليات الثورة والاستماع إلى رؤية الثوار وتصريحاتهم، ومرافقة ذلك بعرض آراء المعلقين والمحللين السياسيين الذين يؤكدون على أحقية هذا

الحراك ووجوب استمراره ليحقق أهدافه، كل ذلك زاد من حماسة الجمهور، وبالتالي زيادة الراغبين في الانضمام إلى الثوار ومؤازرتهم أو التضامن معهم عبر وسائل الاتصال الحديثة معبراً عن تأييده لهم بالرأي والموقف.

15. إن الإعلام الجديد الذي صنعته الثورة التقنية له محاسنه ومساوئه، فهو وسيط لنقل الثقافات وتبادل الأفكار وتقييمها وساحة للتحاور والنقاش ووسيلة عرض وتسويق لإنتاجات المبدعين وميدان لإجراء البحوث والدراسات واتجاهات الرأي، كما أنه وسيط لنشر الأفكار الخاطئة ووسيلة لنشر الإشاعات والتحريض والتشهير، وطبيعي أن أي منتج تبرز سلبياته في بداية الاستخدام وتتلاشى مع توجه الناس للانتفاع منه.

إن المستقبل المقبل سيكون أشد سواداً ما لم توضع الحلول وتسن القوانين الكفيلة بمعاقبة كل من يتسبب في الإساءة للأشخاص، وليس كافياً أن يتعامل مع الأمر على إنه إعلام جديد لابد من التعايش معه وهو أيضاً لا يعني الفوضى والإساءة.

إن الإعلام الجديد بالرغم من إتحافه بصفة الفوضوية، فإنه يمكن أن يكون منظما وهو ما لا يمكن تحقيقه إلا من خلال مستخدميه بالدرجة الأولى، وتجب الإشارة إلى أن هذا النوع من الإعلام تصعب السيطرة عليه، والطريقة الأمثل للتعامل معه هو التوعية ودفع مستخدمه إلى الإحساس بالمسؤولية، لأن الأنظمة مهما بلغت حدتها لن تكون رادعة على الرغم من نجاحها في حد إساءة الاستخدام.

وباختصار إن الإعلام الجديد الذي ستشهد صعوده بوتيرة متسارعة في ما هو قادم من الأيام، ليس فيه لاعبون ومشاهدون، بل الكل فيه لاعبون، سواء كانوا محترفين أم هواة، وسواء كانوا من الصفوة أو المهمشين، إعلام يقوم بكل الأدوار المتوقعة وغير المتوقعة، لا توجد موانع تحده أو سقف يحول دون صعوده.

16. إن صحافة المواطن هي رد فعل قد يكون في الوقت نفسه عفوياً وواعياً عن تقلص حضور المواطن في قضايا الشأن العام، وتأكيد لحالة من التشكيك في صدقية الصحافة، وهي بذلك تعكس ظرفاً حرجاً من عدم الثقة بين وسائل الإعلام التقليدية والجيل الجديد من مستخدمي الإنترنت والإعلام الإلكتروني، وهي رد فعل قد يكون في الوقت نفسه عفوياً وواعياً عن تقلص حضور المواطن في قضايا الشأن العام، وتأكيد

لحالة من التشكيك في صدقية الصحافة، وهي بذلك تعكس ظرفاً حرجاً من عدم الثقة بين وسائل الإعلام التقليدية والجيل الجديد من مستخدمي الإنترنت والإعلام الإلكتروني.

17. من الخطأ القول بأن الصحافة الالكترونية ستشيع جنازة الورقية لأن الأزمات الحقيقية التي تعيشها الصحافة الورقية ليست ناجمة كلية عن ضغوط المنافسة مع الالكترونية ولكنها ناجمة في الغالبية الساحقة من الأحيان عن ظروف تتعلق بالصحافة الورقية ذاتها كصناعة عريقة وليس للصحافة الالكترونية دور فيها.

وإن صدقت دراسة أجرتها مايكروسوفت فإن العالم سيشهد طباعة آخر صحيفة ورقية في عام 2018، ولكن الواقع لا يقول ذلك خاصة في العالم الثالث الذي يعاني من انتشار الفقر وهو ما يحول دون امتلاك أجهزة الكمبيوتر إلى جانب ضعف البيئة الأساسية لشبكات الاتصالات إضافة إلى انتشار الأمية.

18. بالرغم من النشاط الكبير على الإنترنت للشباب العربي، إلا أن التغيير السياسي الحقيقي لم يولد في الانترنت، بل تولد في الشارع، وجاء الإعلام الجديد مكملاً له، بمعنى ان دور الإعلام الجديد في الربيع العربي لم يكن يمهد الطريق للشارع، بل كان استكمالا للدور الأساس الذي لعبه المواطن في الشارع العربي، بدليل ان تعطيل الانترنت كان جوهرياً في زيادة أعداد المتظاهرين في الشارع العربي.

والربيع العربي، تعبير أطلق على الثورات العربية التي استعرت نارها وانتشرت من المحيط إلى الخليج، هذه الثورات لم تكن ثورات عادية كالتي حصلت في اوائل القرن الماضي، وما يميزها هو استخدام العالم الافتراضي لإصلاح العالم الحقيقي الذي كان عرضة للسخرية من الجميع، ولم تكن ثورات الربيع العربي إلا رد فعل للأوضاع المتردية التي عانى منها المواطن العربي خلال قرون من الزمن في ظل انظمة استبدادية، وإن الصانع الحقيقي للحدث هو الشباب العربي الذين استحوذوا على الحدث السياسي بكل تفاصيله، مثلما استحوذوا على الحدث الإعلامي وتغطياته المباشرة، لأن قفزات الإعلام الحالية انعكاس لبعض مظاهر الربيع العربي، بدليل أن هذا الإعلام الجديد اسهم هو الآخر في صنع الأحداث وتنشيطها وتثويرها.

19. اذا كان البعض يعتقد بأن هذه الثورات هي (صناعة امريكية) مبرمجة، فأنني لا أميل إلى هذه الفكرة الخيالية لأنها تهين ارادة من صنعها ونجزها، وتقلل من شأن الابطال والشهداء الذين ضحوا بحياتهم من أجل قهر الجوع والاستبداد والقهر السياسي والاستبداد، لكنني اميل بقوة إلى أن الامريكان قاموا بـ(هندسة الفوضى الخلاقة) في الإعلام الجديد، وأستثمروا ادواته التكنولوجية لتحريض الشعوب، وأسسوا غرف عمليات خلفية لإدارة هذه الفوضى بجيوش من التقنيين والإعلاميين وخبراء علم النفس والاجتماع والإعلام،التكريس(نظرية الفوضى الخلاقة) وهندستها سياسياً لأهداف معروفة، وستكون المنطقة بأجمعها تحت مرمى قذائف الإعلام الجديد وهندسة العقل الامريكي بدون استثناء.

لقد أراد الامريكيون استباق الأحداث فشجعوا الانتفاضات ولم يقفوا في مواجهتها بل أمسكوا بزمامها ويعملون على تمكين شخصيات مقبولة لديهم لتتولى السلطة؛ فالإدارة الأمريكية لا تمانع في الديمقراطية بشرط أن لا تؤدي إلى الإضرار بمصالحها وهي تعمل على امتصاص النخب في إطار قواعد لا تغير المسار الاستراتيجي لسياستها، ومن المستحيل عمليا على كل بلدان العالم الثالث، الانخراط بشكل حر وديموقراطي ضمن عملية التغيير، بدون مباركة (القوة العظمى الوحيدة) لإن عولمة الديموقرطة، تعني تقوية آليات التوجيه عن بعد (والمراقبة عن بعد)، لضمان استمرارية أنظمة خاضعة تنادي بالديموقراطية على المستوى الصوري، ولكنها تمارس عمليا بموافقة (عالمية).

20. الهاتف الجوال هو نجم المستقبل بلا منازع، وهو المرشح لاكتساح الساحة نظرا لسهولة حمله والوصول من خلاله، وتوطينه للتطبيقات الحديثة، ودخول شركات الاتصالات في عملية الإنتاج الإعلامي هو دليل على هذا التحول، وقد أضحى اليوم الكومبيوتر الشخصي الجديد، فالهاتف الذكي العادي يتمتع بقدرات مماثلة لقدرات جهاز كومبيوتر (ماك) أو (بي سي) من الطراز العالي، قبل عقد من الزمن، وهو قد يتأهل ليصبح الأداة الرئيسة للإنسان،وبات بمقدور الهواتف تعقب الحركات في العالم الطبيعي، وتسجيل التفاعلات الاجتماعية، وتخزين التواريخ الشخصية، ومراقبة ما نرغب فيه وما لا نرغب، وتعقب الإستهلاك من محتويات الإنترنت، واستخدامات التطبيقات، والسلوك في المشتريات، فهي تعيش في جيوبنا وتعرف من نحن، وتتعلم المزيد عنا يوما

بعد يوم، ولهذا السبب فإن الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية هي في موقع مناسب لتوقع الأعمال التي يتوجب علينا القيام بها لخدمتنا بشكل أفضل، وعندما نتحدث عن الهاتف الجوال فهو ليس مجرد هاتف فحسب، وإنما يتطور، ويحمل في بطنه حاسوبا وتلفزيونا وجريدة ومكتبة ومفكرة شخصية، وبطاقة ائتمان في نفس الوقت، ودكانا للفيديو والموسيقى، ذلك لمن يملك الجيل الثالث من أنظمة الاتصالات.

ومع وجود نحو خمسة مليارات من البشر متسلحين بالهواتف الجوالة، فنحن نتحدث عن مستويات غير مسبوقة من النفاذ إلى بصيرة ونفوس أكثر من ثلثي سكان العالم، وبغض النظر عن الزاوية والمنظور الذي ننظر إليه، سواء أكان تجارياً أو غيره، فإن هذا لا يعتبر أمراً صغيراً.

21. لم يعد بالإمكان الوقوف في طريق العولمة الرقمية العابرة للقارات، ومن العبث ان تمارس بعض الدول محاولات القمع المعلوماتي وحكر الاطلاع والمشاركة من خلال إغلاق المواقع الالكترونية والمدونات الشخصية وغيرها من وسائل الصحافة الرقمية على سبيل المثال ، تحت مفاهيم وقوانين بائدة، لا هم لها سوى تحجير وتطويق الفكر ولو كان ذلك في حدود المقبول منها، في وقت كان أولى بأن تكون هناك سياسات ديمقراطية لاحتواء الأخطاء والسلبيات في تدفق سيل المعلومات؛ وذلك عن طريق الاندماج والتوعية والتثقيف الاجتماعي والديني والتربوي، وخلق أبواب أوسع للاطلاع والمشاركة في تلك الأفكار العامة من قبل الحكومات.

رابعاً: العرب والمستقبل

فرضت الثورة الرقمية، ضرورة إمعان النظر في الآني والبحث عن مكان لائق في المستقبل، حيث تعد (المستقبليات) جوهر رؤية أي مجتمع يسعى للتطور والتقدم، ولا يرجع الاهتمام بالمستقبليات إلى مجرد التعريف ببعض الاتجاهات الفكرية التي تشغل بال العلماء والمفكرين والكتاب، إزاء المتغيرات الهائلة التي تميز الحضارة الإنسانية الآن، بل الكشف عن بعض الأوضاع المتردية في العالم العربي وواقعه الثقافي والاجتماعي بنظرة موضوعية، بهدف تحقيق التقدم والقضاء على أسباب التخلف في هذا المجال أو ذاك.

ومن جهة المنظور، لا يخفى أنّ الدراسات المستقبلية ليست جديدة، ولكنها تشهد اليوم ازدهاراً واضحاً يستقطب اهتمام المفكرين والمنظرين الاستراتيجيين، ومن المؤكد أنّ الاهتمام بالمستقبل لا يعني نفي الماضي، فالذي يحسن فهم حاضره يهيئ لمستقبله بقدر ما يحسن توظيف ماضيه، وتلك هي المعادلة التي تتيح لنا صوغ العلاقة بين الأزمنة بصورة متوازنة ومخصبة، حية وراهنة، بقدر ما تتيح لنا التحرر من الادلوجيات التي تجعلنا أسرى ماضٍ يستحيل أن يعود كما كان عليه، أو التخلص من الطوباويات التي تغرقنا في أوهام مستقبل لا ينفكُّ يبتعد.

وبشكل عام فأن المعوقات التي تواجه المنطقة العربية كثيرة ومتعددة، الامر الذي يجعلها من اقل دول العالم استفادة من الثورة الرقمية، ويتعلق بعض هذه الصعوبات بقلة الامكانيات وضعفها قياساً بمتطلبات التطور التكنولوجي الذي يحتاج الى كلفة كبيرة، إضافة الى اعتبارات اخرى مثل انتشار الامية الابجدية في المنطقة العربية التي تصل الى حدود 44% من مجمل السكان، وارتفاع نسب الفقر حيث تصل في بعض الاقطار العربية الى حد 60%.

وهناك المشكلة الاعقد وهو ان الانترنت لا يتلاءم اليوم في الوطن العربي مع مقومات (القرية الالكترونية)، لأن الثقافة العربية بكل مراتبها وصنوفها (الشعبية، العملية، العالمة... الخ) تجد نفسها في موقع التعامل الاظطراري مع هذا المعطى الجديد وبمواصفات لا تخلو من سمات محلية، وغالبا ما يتم اختزال الاستعمال الشعبي للانترنت في وجهه التواصلي الصرف، بغاية قضاء مآرب شخصية، تتارجح بين تزجية الوقت، والبحث عن المتعة أو عن منفذ بديل لواقع لا يرضى عنه صاحبه.

ولابد التفريق بين عقلين، أو تفكيرين: الأول العقل الذي هو صفحة بيضاء تسجل ما يحدث، وهو مع الغالبية، وهو الذي يخشى التطور، والعقل الآخر هو المهموم بالمستقبل، وهوالعقل الديناميكي.

وما يعانيه الفكر العربي يرجع إلى ظواهر سوسيولوجية وليست فكرية في الأساس: فظاهرة (ثقافة القطيع) في العالم العربي، ترجع غالبا إلى المفكرين العرب من موظفي الدولة، كذلك سقوط الثقافة العربية في هوة التفكير الغيبي أو اللاعلمي، مع عدم تداول المعلومات، واحتكار الغرب للأبحاث الكبرى، ثم قلة الكفاءات البشرية والمدربة، وهي من أسباب

غياب العرب عن المنافسة العلمية والفكرية، بل والاقتصادية والاجتماعية... بينما اعتبرت التربية الثقافية الآن بعد الثورة الرقمية المصطلح المعادل للتنمية،

ويمكن تحديد رؤيتنا المستقبلية للمشهد العربي المقبل بالصور التالية:

1. ستشهد المنطقة العربية المزيد من الهيمنة السياسيّة والإعلامية، من خلال الحروب العسكرية وتقنياتها المتطورة والمبتكرة، ولن تكون هذه الحروب، بمعزل عن إدارة الحروب بالإعلام وتقنياتها الرقمية، بل ستكون عاملاً فعالاً في حسم الحروب بأنواعها، لصالح القوى التي تمتلك التقنيات العسكرية والإعلامية الرقمية، وسيتم استثمارها لتفتيت المنطقة، وتقطيعها الى دويلات طائفية وعشائرية وعائلية وقومية، وإذا كان العراق هو المختبر الأول لتطبيق التجارب العسكرية والإعلامية والنفسية للولايات المتحدة الأمريكية، فإنه سيكون البوابة المفتوحة على كل الدول، حيث ستتأثر المنطقة مستقبلاً بأجندات الكبار ومخططاتهم، بأقامة شرق أوسط جديد، يقوم على مبدأ عزل بعض الدول العربيّة، وبناء تحالفات مع دول أخرى، حسب بعد وقرب هذه الدول، من الولايات المتحدة الامريكية ومصالحها، ولكن ظاهر المستقبل يشير إلى خسارة جميع الدول العربية بدون استثناء!
2. خطورة أن تكون الثورات العربية مجرد حالات تمرد وانتقام من أوضاع بعينها، وليست ثورات من أجل التغيير، ومما يعزز هذه الفرضية استمرار الثورات دون قيادات واضحة، وأكثر من ذلك فإن الرهان على مثل هذا الاحتمال يستند إلى ثقافة عربية حاكمة، مردها تقويم سلبي لتجارب المعارضة الراديكالية والانشقاق الثوري التي لم تؤد إلى إحداث التغيير المنشود في العقود الماضية، والخطر الأكبر الذي يتهدد الديمقراطيات الناشئة هو الإخفاق في التسيير الاقتصادي وفي السياسات التنموية الذي يقوض الاستقرار السياسي، ويفتح الباب واسعا لصعود النزعات الشعبوية والراديكالية، فحسب بعض النماذج النظرية التي انتشرت على نطاق واسع في الدراسات الاجتماعية، تمنع تركيبة المجتمعات العربية على التحول الديمقراطي لأسباب تعود للبنيات العصبية الأبوية، أو لأسباب ثقافية دينية، او لأسباب تتعلق بنمط الإنتاج الريعي القائم، وثمة أسباب تقنية ذات طبيعة عملياتية كشفتها تجارب بعض الشعوب في الديمقراطية (بلدان أمريكا الجنوبية).

وهكذا عندما تنفجر ثورة الشباب هنا أو هناك، مطالبة بالتغيير ولا تحمل معها مشروعاً متكاملاً لنظام بديل متفق عليه، فإن الفترة الطبيعية والضرورية للتوصل إلى هذا البديل قد تشكل المنافذ المفتوحة للاستهدافات والمؤامرات، وفي مقدمها الحروب الأهلية والشرذمة والتقسيم.

وبما أن الثورات لا تتناسل عن بعضها، وبما أن لكل ثورة سياقها وأزماتها، وبالتالي روايتها الخاصة، فإن مرآة المستقبل العربي قد تعكس صورا شتى تقع بين ثورات ناجحة وناضجة، وأخرى تنتظر بلوغ التاريخ منعطفا آخر، لكن الأكيد والمسلم به أن الثورات الحالية نقطة انطلاق لمستقبل مختلف لن يتأخر أكثر مما مضى.

3. إن السنوات الراهنة ستشهد تطوراً متسارعاً تكون إحدى ثماره المباشرة اتساع رقعة النشر الألكتروني على حساب حجم النشر الورقي، على مستوى الدول المتقدمة في السنوات العشر المقبلة، أما في الدول العربية، فتحتاج من عشرين إلى ثلاثين عاماً حتى يصبح لها نصيب يعتد به في هذا المجال، وبحلول العقد الثاني من هذا القرن، سوف تفقد وسائل الإعلام المطبوعة والإصدارات الورقية بوجه عام، جانباً كبيراً من أهميتها ودورها، نتيجة لتلك التصورات الهائلة، الأمر الذي يعني التحول إلى وسيلة جديدة هي الاشتراك في خدمات متخصصة تقدمها شركات على شبكة الإنترنيت الآن، وعلى طريق المعلومات السريع مستقبلا، بديلا من شراء الصحف والمجلات والكتب.

أن الإسراع في دخول عالم النشر العربي الألكتروني سيحقق لثقافتنا ولغتنا نقلة نوعية هائلة من حيث وضعهما في موقع مع الثقافات العالمية السائدة الآن، ويفتح أمامهما فرصة التلاقي والتفاعل مع حاملي تلك الثقافات من جانب، ومن جانب آخر، يعيد ربط الملايين من المهاجرين والمغتربين العرب والمسلمين في العالم بثقافتهم العربية والإسلامية، وينمي من خلالهم حركة ثقافية وفكرية عربية في مواطنهم.

ومن المتوقع أن تهز الكتب الألكترونية ويعنف قيمة الكتاب المطبوع، وتغير من طرق الطباعة ووسائل البيع، وستخلق أسواقاً جديدة في مختلف المجالات، كما أنها ستغير من مفهوم الكتاب ذاته.

4. لا يمكن للمجتمعات العربية أن تدخل من البوابة الذهبية لمجتمع المعلومات الابعد قرن من الزمان–الا استثناءات قليلة–، وستبقى في حالة انبهاش للآخر، لأننا لا يمكن الحديث عن بناء مجتمع معلومات عربي، دون توفير الأسس القوية لهذا البناء، والمتمثل بالشروط التالية: لا وجود لمجتمع معلومات دون بناء مجتمع مدني حديث، يتحول فيه الريف العربي إلى مجتمع متمدن يتعامل حضارياً مع الحياة الجديدة بلغة العصر، ويتحرر الانسان فيه من الأبجدية الأمّية والحضارية، ومن القيم العشائرية، والإنتاج التقليدي، والعلاقات الأجتماعيّة التقليدية، ويتحرر العقل من الخرافات والأفكار النمطيّة،مثلما تحتاج المدينة العربية كذلك إلى ثورة ثقافيّة ومعلوماتيّة، وتنميّة فاعلة في إقتصادها ومواردها البشرية، ومشاركة الإنسانيّة بالمبتكرات والاختراعات، وتحويل مجتمعاتها الى مجتمع مدني حديث وليس تقليدي، وبناء بنيّة تحتيّة إتصاليّة متطورة تساهم في بناء مجتمع المعلومات.

وبدون يقظة العرب، واستيعابهم لمتطلبات ثورة الإعلام والمعلومات، وتقليص فجوة التقنية، والمشاركة في صناعة المعلومة، وتعميق الديمقراطية في الحياة، وتطوير التعليم وتفعيله، ومصارحة الذات ونقدها، وتوعية الشباب وتبصيرهم بأهمية العلم، يبقى الخطر قائماً، بانتظار ما يفعله العرب في مواجهة تحديات العصر الرقمي.

5. سيبقى التعليم العربي تقليدياً بوسائله ومضامينه، ولا يمكن للدول العربية التي تفتقر إلى القدرات الإبداعية أن تواجه تحديات العلم وثوراته بمنطق هذا التعليم دون أن يكون لها نظام مركب من التعليم والمعلومات والاستثمار، لأن معظم الجامعات العربية تفتقد إلى الكثير من مواصفات الجامعة العصرية وديناميكياتها وأساليبها الحديثة في التعليم والتعلم والإبداع، وتفتقر إلى رؤية قابلة للتطبيق في مجال التعليم والبحث العلمي والاختراع، مع فقدانها روح البحث العلمي، وإختفاء المركز البحثي في حياتها، وبأختصار شديد لا يمكن التفاعل مع العصر الرقمي وتحدياته، وإقامة مجتمع معلومات عربي بدون إيجاد بيئة عربيّة تنشّط البحث العلمي.
6. الحاجة الماسة إلى إصلاح النظام الاعلامي العربي من خلال بناء رسالة إعلامية تتفق مع العصر ومتغيراته، وتلبي حاجة الجمهور العربي وتوطيد الثقة به، وتعميق المصداقية بالمعلومات، واحترام إرادته، وتوسيع مشاركته في صنع القرارات، وهذا لا يتم الاّ

بالدراسات الميدانية للجمهور العربي من خلال معرفة حاجاته ورغباته واتجاهاته واحترام ارادته، وتوسيع مشاركة الجمهور في صنع القرارات، لأن الوضع الإعلامي العربي بحاجة الى ثورة حضارية اعلامية، يتم فيها عصرنة الاعلام العربي من خلال فهم جديد للرسالة الاعلامية وللاهداف الحضارية له من خلال المعطيات التالية:

أ. تقنياً، لابد من إعادة الاساس التقني للإعلام العربي بصفة (الاستيعاب) وليس (النقل الآلي) وأن يوفر الملاك البشري الكفؤ، في قدراته العقلية لاستيعاب تكنولوجيا الاعلام معلوماتيا ونفسيا، ان اوضح مظاهر التخلف هو استخدام أدوات التقنية الحديثة بشكل مظهري وساذج يفرغها من محتواه العلمي، ويحولها إلى رموز طوطمية تؤدي الى عكس الغرض منها، ومن الافضل البحث عن تقنية تؤدي وظيفة واقعية لمتطلبات الإنسان العربي ومرحلته وبيئته بدلا من اللهاث وراء تقنية معقدة لاتحل رموزها إلا بطريقة بدائية.

ب. سياسياً، لابد من تطوير النظام السياسي العربي وجعله مليا لطموحات الانسان العربي وحريته، وجعل الجماهير هي صاحبة السلطة والقرار، لأن اي تقويم موضوعي لدور الإعلام لابد ان يأخذ في الحساب الشروط التي يعمل في ظلها، ان انعدام السياسة الخارجية الموحدة والنظرية السياسية العربية، وغياب العقل العربي في ساحة الصراع عوامل تحد من فاعلية دور الإعلام العربي.

ولابد للإعلام العربي أن يحسم قضايا تتعلق بالسياسة الإعلامية المعبرة عن النظام السياسي من خلال: توفير وسائل الاتصال والمعلومات لجميع القوى الاجتماعية دون تمييز بسبب الجنس واللغة أو الدين أو الانتماء السياسي، وتحقيق أكبر قدر من المشاركة الجماهيرية في عمليات الاتصال والإعلام بحيث لا يقتصر دور الجماهير في التلقي والاستقبال السلبي للوسائل الإعلامية، وإعادة النظر في كافة التشريعات الإعلامية السائدة في الوقت الحاضر، والعمل على تنقيتها من كافة العوائق والقيود.

ج. أقتصادياً، لا يمكن للإعلام العربي أن يتطوّر على أسس متينة ما لم تقم في ارجاء الوطن العربي صناعات ثقافية واتصالية تشمل صناعة مواد الإنتاج الثقافي ووسائله وصولاً الى تحقيق قومية المعرفة، وضمان أمن الأمة الثقافية في اطار تدفق متوازن للإعلام والمعلومات بين الأقطار العربية من جهة وبين هذه الأقطار من جهة أخرى.

7. بما أننا نتحدث عن ذلك التطور الكمي والنوعي المتسارع في وسائل الإعلام اليوم، فإن الكثير من البا حثين يتوقعون حدوث سيناريوهات لاتخلو من المفاجآت، ومن أبرز هذه السيناريوهات:

السيناريو الاول: التفاؤلي، وهو السيناريو الذي ستظل فيه شتى وسائل الإعلام تتحسن بشكل أفضل للإنسان عما عليه اليوم، وستستمر فيه وسائل الإعلام بشتى أنواعها في خدمة البشرية وتطوير أفكارهم وثقافاتهم وتحسينها، حيث سنجد أن الإعلام في السنوات العشر المقبلة سيطوع الشبكة العنكبوتية لتقليص المسافات الجغرافية والحدود القارية فيما يسمى بالإعلام العابر للقارات، ليخدم الإنسان كما هو اليوم ولكن بشكل أكثر تطوراً وفي مختلف المجالات والأصعدة كالصحة والبيئة والاقتصاد والتعليم وو..... الخ.

السيناريو الثاني: التشاؤمي، وهو سيناريو يشير إلى أن الإعلام الحديث بمختلف أشكاله ومجالاته سيصبح أسوأ بكثير مما هو عليه اليوم، أي أننا لن نشهد أي تحسن ايجابي قادم في خدمة الأعلام للإنسان.

السيناريو الثالث: الكارثي: وهو سيناريو يدل على أن هناك أوضاعاً إعلامية ستسوء بشكل مرعب، وسيكون وضعنا أسوأ بكثير جدا مما تكون قد عانينا منه في الماضي، بحيث سنشهد في السنوات القادمة تحولاً إعلامياً خطيراً سيقلب أوضاع البشرية رأسا على عقب، بحيث سيكون الإعلام الذي تتأمل ان يكون وسيلة لخدمة لبشرية، سببا من أسباب الفوضى والدمار وشرارة الخراب الذي سيقضي على البشرية.

إن أفضل الاحتمالات والسيناريوهات حدوثا خلال العقد المقبل على اقل تقدير، من وجهة نظري الشخصية، هو ذلك السيناريو الذي يختلط فيه التفاؤل بالتشاؤم المشوب بالفوضى والخوف، حيث ان لغة التفاؤل تشير الى أنه وخلال المرحلة المقبلة سيتم الوصول إلى بداية عصر الثورة الرقمية اللامتناهية، والتي ستقلص شيئاً فشيئاً من استخدام الورق والطباعة والحبر وغيرها من الوسائل الإعلامية التقليدية المكلفة والمحدودة، وبالتالي إمكانية التوسع في سرعة ودقة نقل المعلومة والخبر إلى مختلف أرجاء العالم، مع التأكيد على حدوث الكثير من التجاوزات المسيئة لحرية الإعلام والإنسان، وذلك في محاولة البعض لاحتواء هذا

الوحش الذي بدأ يخترق الكثير من الأماكن التي كانت تعد حتى وقت قريب من المحرمات على العامة، وهو ما يجعل من البعض يركن الى التشاؤم والخوف في كثير من الأوقات.

8. إن التليفون المحمول سيكون نجم المستقبل في الوطن العربي، ويمكن ان يكون بديلا عن أجهزة الكمبيوتر الشخصية المكتبية الثابتة أو أجهزة الكمبيوتر المحمولة المتنقلة، لأنه جهاز متعددة الوسائط وقادر على نقل الصّوت، والرّسائل النّصيّة، والصّور، والنّغمات، والتّطبيقات وأي شيء آخر إذا شفّر في الشّكل الرّقمي، وأكثر من ذلك نجد فاعلية المحمول المتعدد الوسائط يعود الى الحجم والوزن الصغير المتناقص، وحاجته القليلة إلى الطاقة، والثمن الرخيص، علاوة على بساطة وسهولة الاستعمال،كل ذلك يجعل من الممكن ان يُستخدَم المحمول من قبل الأطفال الأصغر، والنّاس الأمّيين أو المعاقين والسكّان المهمشين غير القادرين على التوافق مع مصطلحات الكمبيوتر.

9. المثير في الربيع العربي أنها أخذت بعداً اكثر وضوحاً، وتنوعاً في الأساليب الإعلامية، وسرعة في الأحداث والوقائع، واختلف دور واستخدام إعلام التواصل الاجتماعي عن الإعلام العادي في ثورات الربيع العربي بين بلد وآخر حسب قوة استخدامه ودور القوى الشبابية لهذا الاستخدام، بظل مجتمعات تعد نظرياً متخلفة بالتكنولوجيا والتقنية مقارنة مع الغرب، لكنها كانت مقبولة، وقد أسهمت الثورة العربية بشكل كبير في توسيع هامش الحرية الإعلامية، حيث اضطرت وسائل الإعلام الوطنية بما في ذلك في البلدان التي لم تشهد حراكاً أو لم يصل الحراك فيها إلى حد الثورة، اضطرت إلى تبني مقاربات أكثر جدية لاستعادة بعض المصداقية لدى جماهيرها لمواجهة التحديات التي باتت تفرضها وسائل الإعلام العربية والدولية، غير أن هذا الإسهام لم يتجاوز قدر محاولة احتواء الفعل الثوري، ولا يزال الشوط طويلاً أمام الإعلام لنيل حريته الكاملة والتخلص من الأثر السلبي لدوره في خدمة النظم الديكتاتورية.

10. بالنسبة للعالم العربي، تنطوي الثورات المعرفية والتكنولوجية والمعلوماتية المعاصرة على تحديات وأخطار وفرص تمسُّ الكيان العميق للأمة العربية، وتعرّضها لما يسمى بـ (صدمة المستقبل)، وتزداد الأخطار تأثيراً بسبب ما يعانيه الكيان العربي نفسه من عوامل الضعف المتمثلة في: انتشار الأمية، وتخلّف برامج التربية والتعليم عن حاجات المجتمعات العربية ومتطلبات العصر، ونقص الحريات، وعدم شمولية السياسات الثقافية، وضعف الصناعات الثقافية، وسيادة الإعلام السطحي، والمسألة أننا لم نحسن الخروج من عجزنا وقصورنا لكي نتحول إلى مشاركين في صناعة العالم بصورة غنية وخلاقة، ولعلّ ما أعاقنا

عن ذلك هو الحمولات الايديولوجية والمسبقات الدوغمائية التي منعتنا من استثمار طاقاتنا على الخلق والتحول، بقدر ما حثتنا على أن لا نعترف بإنجازات الغرب والتعلّم منه، أو التي جعلتنا نتعامل مع هذه الإنجازات بعقلية تقليدية شعاراتية عقيمة وغير منتجة، وفي هذا السياق، يظل من واجبنا الحذر والتحذير من إسقاط التشرذم السياسي العربي على البعد الثقافي.

وهكذا، يبدو واضحا أننا أحوج ما نكون إلى إعادة صياغة الخصوصية الثقافية العربية، بمعنى أننا في أمسّ الحاجة إلى عملية إحياء ثقافي، فالثقافة العربية الراهنة تمرُّ في مرحلة انحطاط وردّة واضحين، فهناك تراجع عن الفكر العلمي لفائدة الفكر الخرافي، وهناك استفحال ظاهرة الخطاب الماضوي الذي يجهد في محاولة إرجاع العالم العربي إلى العصور المظلمة، ويحفّزه على التشبث بمرجعية ماضوية، وكأن الماضي ينبغي أن يحكم الحاضر والمستقبل.

وإزاء ذلك يبدو أنّ الخطوة الأولى في محاولة التعاطي مع أسئلة المستقبل تكمن في فهم لغة الخطاب العالمي المعاصر، التي يتمُّ التعامل بها بين أطراف هذا العالم الجديد، وخاصة القوى الغربية المؤثرة، وبالتحديد فهم توجهات هذا العالم نحونا، إذ أنّ البحث في الاعتماد المتبادل بين العالم العربي والخارج هو بحث في المستقبل، وأية دراسة للمستقبل لا بدّ أن تنطلق من صورة العالم، ونماذج تطور النظام العالمي في أبعاده السياسية والاستراتيجية والاقتصادية والثقافية.

أن الإسراع في دخول عالم النشر العربي الألكتروني سيحقق لثقافتنا ولغتنا نقلة نوعية هائلة من حيث وضعهما في موقع مع الثقافات العالمية السائدة الآن، ويفتح أمامهما فرصة التلاقي والتفاعل مع حاملي تلك الثقافات من جانب، ومن جانب آخر، يعيد ربط الملايين من المهاجرين والمغتربين العرب والمسلمين في العالم بثقافتهم العربية والإسلامية، وينمي من خلالهم حركة ثقافية وفكرية عربية في مواطنهم.

ومن المتوقع أن تهز الكتب الألكترونية ويعنف قيمة الكتاب المطبوع، وتغير من طرق الطباعة ووسائل البيع، وستخلق أسواقاً جديدة في مختلف المجالات، كما أنها ستغير من مفهوم الكتاب ذاته.

11. سيسقط الإعلام الرقمي المزيد من الحكومات الضعيفة والسلطوية في المستقبل، لأنها ستجد نفسها أمام سيل من النشرات الإلكترونية، والبث الصوتي الإلكتروني،

والبث الفيديوي الرقمي عبر الأنترنت، دون إذن منها، ودون الالتزام بقوانين الإعلام الذي فكر البعض بتطويره، في الوقت الذي أصبح عاجزاً تماماً عن معالجة الإعلام الالكتروني، ومواجهة عصر الجماهير الرقمية! وذلك بناء على عدد من المعطيات:

أ. وصول الواقع العربي إلى حال من الاستبداد السياسي والمجتمعي، وافتقاد الخيارات المتاحة للخروج من هذه الحالة، بحيث تصبح الثورة ليست خياراً أفضل لمغادرة هذا الوضع، بقدر ما هي الخيار الوحيد المتاح الذي يستطيع المجتمع العربي تحمل تكاليفه!

ب. وجود بيئة دولية حاضنة ومشرعنة للتغيير العربي، وهذا المناخ الدولي نتج بدوره عن متغيرات عميقة أفرزتها أحداث السنوات الماضية، جراء السياسات التجريبية العبثية التي مارسها الغرب تجاه العالمين العربي والإسلامي، واستهلكت جزءاً كبيراً من قدراته.

12. إن حروب الغد لا يكسبها من يملك القنبلة الأكبر، بل يربحها ذلك الذي يصنع الرسالة الرقمية الذكية، وستكون حروب المستقبل متمثلة بالإعلام وليس بالأسلحة التقليدية أو بأسلحة الدمار الشامل أو حتى بالأسلحة الذكية، وهذا يعني أن الإعلام هو ميزة فيزيائية مثله مثل الطاقة والمادة، وسيواصل الإعلام الجديد بوسائله الحالية والقادمة، وبأشكال متعددة، وعلى مستويات مختلفة، إعادة تشكيل النظم السياسية الوطنية والدولية وحياة الافراد عبر مختلف انحاء العالم.

إن الديمقراطية آتية للدول المستبدة بفضل الإعلام الجديد، ولم يعد ممكنا إخفاء المعلومات، وعلى الأنظمة ان تقول الحقيقة للناس، وان لم تفعل ذلك، فلن يتبعها الناس، ولن يدعموها، ولن يطيعوها، وإن الفوضى الخلاقة مقبلة هي الأخرى في بلداننا، لأن الناس مازالت تعيش في وهم وسطوة الحاكم الراحل، ولأن الديمقراطية تحتاج إلى العقلانية، ونبذ المصالح الفئوية، ولأنها ممارسة وسلوك قبل أن تكون شعارات في ساحات التحرير.

13. بعد عشر سنوات من تاريخ كتابة هذا الكتاب، سيكون بمقدوري كتابة ما لم استطع كتابته الآن، وهي تنبؤات قد تزعج السلطات العربية الحالية، رغم إنها مفيدة لهم

لمواجهة أعاصير الإعلام الجديد، ومخططات الدول الكبرى التي تريد تدمير المدن العربية المزدهرة، واقتلاع التجارب العربية الصاعدة.

هناك حرب عالمية سرية منظمة ضد المنطقة العربية، ليس فيها إستثناءات لدول أوحكام، لإعادة ترتيبها من جديد، وسنشهد شعارات الربيع العربي نفسها في ميادين التحرير، ونفس السيناريوهات والخطابات السياسية، والأهم ان الخمس السنوات المقبلة هي سنوات الفوضى في الوطن العربي: ثورات ربيعية جديدة، وفيدراليات مبتكرة، واقاليم جديدة، وحروب طائفية وقبلية، ومطالبات فئوية، ومظاهرات يومية، وأنباء عاجلة لا تتوقف، وقتلى في شوارع المدن العربية، وثورات رقمية تساعد على إقتلاع جذور النظم وأحلامها، وأعاصير رقمية للفوضى الخلاقة.

ولقد بات واضحاً بشكل مطلق، على الأقل، بأن جزءاً من النخبة السياسية للولايات المتحدة تسعى لدفع الشرق الأوسط للسقوط في حرب واسعة النطاق طويلة الأمد في زمن الأزمة الاقتصادية العالمية... والهدف هو حل مشاكلها الخاصة وتحويل اهتمام الرأي العام في الغرب بعيداً عن مشكلة انخفاض مستوى المعيشة ونوعية الحياة، لأنه بات من المستحيل المحافظة على (مجتمع الاستهلاك) بحالته السابقة بعد الآن.

أن حرباً طويلة الأمد في الشرق الأوسط يمكن أن تعطي دفعة لازدهار الصناعة العسكرية للولايات المتحدة، وعندها يمكن لشركات الأسلحة الأمريكية، التي تمارس تقليدياً تأثيراً كبيراً على واشنطن، أن تبيع الأسلحة للمتحاربين.

وكما يقال فإن (الماضي تاريخ والمستقبل مجهول واليوم نعمة)، ورغم أن الغد قد يحمل لنا الكثير من المفاجآت التي لم ولن تكون على البال، فإن اليوم أيضاً يحمل في طياته الكثير من التغيير لو أحسنا التعامل معه.

إن صورة المستقبل، بقدر ماهي زاهية في ثوراتها المعلوماتية، بقدر ماهي تحمل في داخلها فناءها، لإن المقبل يبدو أعظم وأخطر!

مختصر السيرة العلمية والعملية



حصل البرفسور ياس خضير البياتي على درجة الدكتوراه في سوسيولوجيا الإعلام عام 1985، عمل في التدريس لطلبة البكالوريوس والماجستير والدكتوراه في جامعة بغداد والأردن وليبيا والإمارات العربية المتحدة، وحصل على لقب الاستاذية عام1994 من جامعة بغداد.

أشرف على عدد كبير من طلبة الماجستير والدكتوراه، وترأس رئاسة قسم الإعلام في جامعة بغداد وعدد من الجامعات العربية، وعمل في مجال الصحافة والأذاعة والتلفزيون وترأس تحرير ثلاث صحف عراقية وهي (فنون) و(الإعلام) و(الجامعة)، كما ترأس عدد من المؤسسات ومراكز البحوث، كمركز بحوث المستمعين والمشاهدين التابع لوزارة الثقافة والإعلام في العراق، وإدارة الاتصال في جامعة الدول العربية، وقدم استشارات مهنية وعلمية لمؤسسات وطنية وعربية ودولية في العراق وليبيا ودولة الإمارات العربية المتحدة، وكذلك الأمم المتحدة واليونسيف في مجال الإعلام والاتصال والتنمية الأجتماعية، كما عمل مدرباً ومحاضراً للعديد من المراكز الإعلامية أبرزها مركز تريم للتدريب والتطوير الإعلامي بصحيفة الخليج الاماراتية، وله مساهمات كثيرة في الصحف العربية.

نشر العديد من البحوث العلمية، وحصل على لقب أحسن باحث في العراق لعام 1994في (يوم العلم) من وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، وأحسن بحث في الوطن العربي لعامي(2005) و(2007) من جامعة الدول العربية وشارك في الكثير من المؤتمرات العربية والدولية، وله العديد من المؤلفات أبرزها:

1. الإعلام الجديد: الدولة الافتراضية الجديدة، دار البداية ناشرون وموزعون- الاردن2013.
2. مقدمة في الصحافة، الأفاق المشرقة ناشرون، الإمارات 2012.
3. مقدمة في العلاقات العامة والإعلان، الأفاق المشرقة ناشرون، الإمارات 2011.
4. تاريخ الفكر الاجتماعي- من عصر الحكمة الى عصر العلم، المكتب المصري للمطبوعات، القاهرة 2011.
5. نظريات اجتماعية، المكتب المصري للمطبوعات، القاهرة 2011.
6. يورانيوم الإعلام، حروب الاعصاب بالتقنيات الرقمية، المكتب المصري للمطبوعات، القاهرة 2008.
7. الاتصال الدولي والعربي: مجتمع المعلومات ومجتمع الورق، دار الشروق الأردنية، عام 2006.
8. مناهج البحث الإعلامي، دار الحكمة للطباعة والنشر، بغداد 2000.
9. علم النفس الاجتماعي، دار الشعب، الموصل 1998.
10. احتلال العقول، دار الحكمة للطباعة والنشر- بغداد، 1991.
11. دراسات معاصرة في الإعلام والدعاية، دراسات في علم النفس الاجتماعي، دار الحكمة للطباعة والنشر- بغداد، 1990.
12. بحوث المستمعين والمشاهدين – منهج تحليل المضمون، وزارة الثقافة والإعلام، بغداد، 1989.

يعمل حالياً وكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلوم الانسانية/ جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا من 2002- والى الآن 2013.

Email:yaaas@hotmail.com

الإعلام الجديد

الدولة الافتراضية الجديدة


Bibliotheca Alexandrina
1213553





